Problematika

Dakwah Islam di Indonesia

Muhamad Syifa'urrahman, M.Ag. | Amar Halim, S.Pd.I.
Dr. Badrah Uyuni, M.A. | Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I.
Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si. | M. Khuzaefi, S.Kom.I. | Nuriyah, S.Ag.
N. Sholihat, S.H.I., M.A. | Rama Wijaya Kesuma Wardani, M.Sos.
Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd. | Yeni Yasyah Sinaga, Sos.I, M.A.

Tempat Berpadunya Ilmu & Agama

GOOD TO GREAT

بسم الله الرحمن الرحيم

LDNU

LEMBAGA DAKWAH

Nahdlatul Ulama

Muhamad Syifa'urrahman, M.Ag., Amar Halim, S.Pd.I.,
Dr. Badrah Uyuni, M.A., Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I.,
Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si., M. Khuzaefi, S.Kom.I., Nuriyah, S.Ag.,
N. Sholihat, S.H.I., M.A., Rama Wijaya Kesuma Wardani, M.Sos.,
Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd., Yeni Yasyah Sinaga, Sos.I, M.A.

PROBLEMATIKA
DAKWAH ISLAM
DI INDONESIA

Editor:
Dr. Badrah Uyuni, M.A.

Penerbit CV. Al-Haramain Lombok
1446 H/ 2025 M

PROBLEMATIKA DAKWAH ISLAM DI INDONESIA

Penulis: Muhamad Syifa'urrahman, M.Ag., Amar Halim, S.Pd.I., Dr. Badrah Uyuni, M.A., Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I., Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si., M. Khuzaefi, S.Kom.I., Nuriyah, S.Ag., N. Sholihat, S.H.I., M.A., Rama Wijaya Kesuma Wardani, M.Sos., Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd., Yeni Yasyah Sinaga, Sos.I, M.A.
Editor: Dr. Badrah Uyuni, M.A.
Desain Sampul: Tim Al-Haramain Lombok
Proofreader: Tim Al-Haramain Lombok
Lay Out: Tim Al-Haramain Lombok
Cetakan Pertama: Sya'ban 1446 H/ Februari 2025 M

Penerbit CV. Al-Haramain Lombok
Jl. Gunung Tambora, Mataram, NTB.
alharamainlombok.com
085-338-949-261 (WA)
Penerbit Al-Haramain Lombok (FB)
alharamainlombok1437@gmail.com
Anggota IKAPI (012/NTB/2022)

1446/ 2025, xiii + 176 hlm. 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-634-7095-16-9

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Dengan izin-Nya, buku ini dapat terwujud sebagai sebuah kontribusi untuk memahami problematika dakwah Islam di Indonesia. Buku ini bukan sekadar sebuah karya ilmiah, tetapi juga merupakan refleksi atas dinamika yang terjadi di lapangan, yang dihadapi oleh para praktisi dakwah dan pendidikan di tanah air. Semoga apa yang tersaji dalam bab-bab buku ini dapat memberikan manfaat bagi umat Islam, serta menjadi sumbangsih pemikiran dalam mengembangkan dakwah yang lebih relevan dan kontekstual.

Buku ini ditulis oleh 11 praktisi pendidikan dan dakwah yang berpengalaman, yang masing-masing memiliki pandangan dan sudut pandang unik terkait berbagai tantangan dalam menjalankan dakwah di Indonesia. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim, Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam secara efektif. Dalam proses dakwah, sering kali ditemukan perbedaan dalam pendekatan, metodologi, serta respons masyarakat yang beragam. Oleh karena itu, buku ini hadir untuk memberikan wawasan tentang bagaimana menghadapi problematika tersebut dengan cara yang konstruktif dan penuh hikmah.

Setiap bab dalam buku ini menawarkan kajian yang mendalam tentang tantangan dakwah, mulai dari aspek sosial, budaya, hingga politik. Penulis mencoba menggali akar masalah serta memberikan solusi yang aplikatif berdasarkan pengalaman mereka di lapangan. Tantangan yang dihadapi para dai dan pendidik tidak hanya terkait dengan

pemahaman agama, tetapi juga dengan bagaimana menyampaikan pesan dakwah dalam konteks Indonesia yang sangat majemuk. Buku ini juga mengajak pembaca untuk melihat dakwah sebagai sebuah upaya yang terus berkembang, seiring dengan perubahan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Sebagai praktisi dakwah, penulis buku ini sadar betul bahwa dakwah Islam harus mampu menjawab kebutuhan spiritual umat tanpa kehilangan relevansi dengan realitas sosial. Oleh karena itu, buku ini tidak hanya mengandalkan teori-teori semata, tetapi juga mengedepankan pengalaman nyata di lapangan, dengan harapan dapat memberikan panduan praktis bagi mereka yang terlibat dalam dunia dakwah. Pembaca diharapkan dapat menemukan berbagai perspektif yang berguna untuk merancang strategi dakwah yang lebih efektif, inklusif, dan sesuai dengan kebutuhan umat di Indonesia.

Akhir kata, kami berharap buku ini dapat menjadi bahan refleksi bagi seluruh pembaca, baik praktisi dakwah, pendidik, maupun masyarakat umum, untuk terus berusaha dalam menyebarkan pesan Islam yang penuh rahmat dan kedamaian. Semoga Allah SWT senantiasa memberi petunjuk dan keberkahan dalam setiap langkah kita, serta memberikan kemudahan dalam menyampaikan kebenaran-Nya.

Salam Editor,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR__[v]
DAFTAR ISI__[vii]

Bab 1
Etika dan Akhlak dalam Profesi Pendakwah
Muhamad Syifa'urrahman, M.Ag. __1

Bab 2
Metode Dakwah dan Keberagamannya
Amar Halim, S.Pd.I__13

Bab 3
Da'i dan Pelatihan Dakwah
Dr. Badrah Uyuni, M.A__29

Bab 4
Toleransi dan Masyarakat Multireligius
Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I__45

Bab 5
Dakwah Bil Haal
Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si. __61

Bab 6
Dakwah Persuasif dan Dakwah Konfrontatif
M. Khuzaefi, S.Kom.I__71

Bab 7
Dakwah di Wilayah Urban dan Rural
Nuriyah, S.Ag__91

Bab 8
Dakwah untuk Milenial dan Gen Z
N. Sholihat, S.H.I., M.A.__105

Bab 9
Dakwah dan Industri Kreatif
Rama Wijaya Kesuma Wardani__117

Bab 10
Dakwah Melalui Tulisan di Kalangan Pendakwah Milenial
Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd. __133

Bab 11
Dakwah di Wilayah Terpencil dan Komunitas Muslim Minoritas
Yeni Yasyah Sinaga, Sos.I., M.A__147

TENTANG PENULIS__165

BAB 1

ETIKA DAN AKHLAK DALAM PROFESI PENDAKWAH

Muhamad Syifa'urrahman, M.Ag.

(STIT Al-Khairiyah)

A. Pendahuluan

Telaah mengenai kebenaran dan kesilapan etika adalah awal dari pengkajian filfasat moral (Graham, 2019), dan etika berbicara tentang kualitas manusia, terutama kualitas tingkah laku atau apa yang manusia lakukan (Bartens, 2020). Dalam tradisi Islam, menurut paparan Said bin Ali al-Qahthaniy (2010), ada beberapa kata untuk mewakili makna etika atau moral, seperti: adab (*etiquette*), akhlak atau *khulq*, dan *suluk*. Menurutya *khulq* adalah keadaan jiwa yang murni (suatu yang intrinsik/batin) dan *suluk* adalah bentuk yang tampak daripada *khulq*. Khalid al-Kharraz (2009) telah merincikan bahwa tidak setiap sifat yang bertempat pada jiwa dinilai sebagai akhlak—yang *mahmud* maupun *madzmum*. Selain itu banyak dari sebagian *suluk* (perilaku/tata krama) yang tidak masuk ke dalam bab akhlak, misalnya: *al-istijabah li al-gharizah* (respon terhadap naluri), *al-adab asy-syakhshiyyah aw al-ijtima'iyyah* (etika individu dan sosial), dan *at-taqalid al-ijtima'iyyah* (tradisi sosial). Hal ini mungkin tak dijabarkan terperinci di sini.

Dalam hal berdakwah, tanpa ada tuntunan atau standar etik, akan muncul berbagai penyimpangan. Muhammad Al-Ghazali bab "*Du'atun Fattanun*" (Para Pendakwah yang Menebar Fitnah) dalam bukunya *ad-Da'wah al-Islamiyyah fi al-Qarn al-Haliy*, menyebutkan bahwa dirinya tidak takut dengan musuh Islam, melebihi takutnya kepada pembicara-pembicara (pendakwah secara khusus) yang jahil dalam Islam sendiri, orang-orang munafik, yang tujuannya semata-mata bersifat politik.

Menurutnya, mereka itu dapat membuka berbagai pintu keburukan. Oleh karena itu, banyak dari ulama telah merumuskan garis besarnya, misalnya Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuniy (1995) dalam sub-bab "*shifatu ad-da'i wa adabuhu*" (sifat pendakwah dan adab-adabnya) memaparkan 12 poin utama, di antaranya: iman yang amat sangat dengan apa yang diserunya; keterkaitan yang erat dengan siapa yang diserunya; ilmu dan *bashirah*; berbuat dengan ilmu serta tata laku yang lurus; kesadaran sempurna; gaya penyampaian bijak; berakhlak baik; dst. Sementara itu Abdul Aziz bin Baz (2002) mengumpulkannya dalam tiga poin besar: ikhlas; dengan ilmu; disampaikan dengan santun, lembut, dan sabar. Namun, bagaimana standar ini dirumuskan? Ringkasnya, sebagaimana dikatakan Sukron Kamil (2021), dengan merujuk Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utamanya. Etika dalam Islam, tak serta merta diamini melalui konsensus regional, oleh karena itu suatu tolok ukur yang baku diperlukan. Di suatu wilayah, misalnya, mengusap-usap kepala seseorang yang lebih tua menjadi hal yang biasa dilakukan, sementara di wilayah lain hal itu adalah tindakan tercela. Jika etika—terlebih Islam agama yang universal—dirumuskan dengan konsensus regional atau keputusan subjektif, maka etika akan terlihat dengan gambarannya yang kabur.

Terlebih lagi, di tengah modernisasi dan perubahan sosial, tantangan moralitas semakin nyata. Oleh karena kemajuan teknologi orang-orang dengan mudah menyaksikan dan mendengar rekaman pendakwah-pendakwah hingga ke mancanegara; dengan mudah pula orang-orang menilai—meskipun secara subjektif—pendakwah dari tata laku dan adabnya. Beberapa hari terakhir banyak media yang memberitakan tata laku tidak terpuji dari pendakwah, di antaranya ada Miftah Maulana Habiburrohman (Gus Miftah). Sebagian orang mencelanya habis-habisan, di lain sisi ada orang-orang yang membelanya. Moralitas tak boleh hanya dipandang sebagai tantangan, melainkan pasak yang perlu terus ditegakkan.

Dalam kesempatan kali ini, penulis hendak mendiskusikan hal-hal yang berkaitan dengan tantangan etika dan akhlak dalam profesi pendakwah di era modernisasi. Yang demikian akan menyinggung isu-isu kontroversial etika dan akhlak pendakwah belakangan ini. Selain itu,

dengan tulisan ini, diharapkan dapat menemukan faktor-faktor yang menjadi sebab fenomena ini terjadi, serta memberikan tawaran solutif yang barangkali boleh diterima oleh khalayak ramai.

B. Isu-isu Etika dan Akhlak Pendakwah

Tanpa etika dan moral, dakwah tak berjalan dengan semestinya. Dilansir dari laman *website* Suara.com (2024), yang mengutip ceramah Gus Baha soal tradisi pengajian NU yang berubah, berikut sebagiannya:

"Saya ingin kebesaran ulama itu kembali, yaitu bisa mengatur orang kaya. Bukan seperti sekarang, diatur orang kaya. Bukan saya anti. Dan itu perlu. Tapi sudah *over*. Tapi tradisi ngaji yang sebenarnya, yang jadi standar NU, sudah mulai ditinggalkan. Ditambah, Kyai yang *kedonyan*, cinta dunia. *Klop*. Yang kaya, tahunya memuliakan kyai dengan uang, kyainya juga senang. Musibah. Terutama di Jawa Timur."

Terdengar jerit suara Gus Baha menyaksikan fenomena di kalangannya sendiri. Orientasi dakwah perlahan pindah haluan, kepentingan materiil menjadi yang terdepan. Di banyak tempat dakwah dipandang sebagai industri yang perlu meraup keuntungan. Bahkan modern ini, Rambe, dkk. (2021) menyebutkan adanya istilah "*dakwahtainment*", yakni penyebaran Islam dalam bentuk siaran hiburan, misalnya film layar lebar seperti Perempuan Berkalung Sorban, Ayat-ayat Cinta, dll. Dalam hal ini aspek entertain mendahului etika, dalam pembuatan filmnya tentu saja produser telah memaksa lawan main yang bukan mahram beradu peran, dan semacam ini tidak diragukan telah menyalahi syariat. Suatu dakwah tidaklah perlu ditempuh dengan cara yang batil. Pada website yang sama sebelum ini juga mengutip Gus Baha memberikan kritik tentang polemik dakwah entertain:

"Ada kyai yang sehari manggung tiga kali. Padahal, pasti dia tidak paham problem dakwah di setiap tempat itu. Dia tidak tahu objeknya, tidak tahu obatnya. Pasti bicaranya standar, itu-itu saja, yang penting lucu dan menarik. Mana ada waktu untuk belajar lebih dalam? Akhirnya ada orang ceramah ditambahi musik macam-macam. Karena dia tidak alim. Tidak terkontrol, yang penting menarik."

Tidak jauh dari polemik yang sama, berita terkait guyon Gus Miftah yang menghina penjual es dengan sebutan "goblok" di sebuah majelis. Permintaan maaf memang sudah disampaikan Gus Miftah, akan tetapi disertai dalih bahwa yang telah terjadi adalah candaan belaka. Demikian yang dikutip Republika.co.id (2024) dari permintaan maaf Gus Miftah:

"Dengan kerendahan hati saya minta maaf atas kekhilafan saya. Saya memang sering bercanda dengan siapa pun, maka untuk itu atas candaan kepada yang bersangkutan saya akan meminta maaf secara langsung, semoga dibukakan pintu maaf untuk saya."

Hal-hal ini telah menjelaskan bahwa dakwah telah mengalami krisis ontologi (hakikat), epistemologi, dan aksiologi (nilai praktis). Jika dibiarkan semuanya akan hilang, dan dituntun oleh hasrat materil semata. Di sisi lain, dari laman *website* Muhammadiyah (2024) menjelaskan, bahwa Haedar Nashir, Ketua Umum PP Muhammadiyah, menyatakan kalau agama saat ini menjadi suatu *entertainment*. Ceramah yang diminati adalah yang banyak guyonnya. Sementara ceramah yang isinya bermutu baik lebih sedikit didengar publik.

Selain komersialisasi, beberapa pendakwah telah membawakan dakwahnya dengan cara yang kontroversial, seperti menebar sensasi, kebencian, dan provokatif. Misalnya saja, gaya nyentrik dan kemayu KH. Aad Ainurussalam. Pada laman TvOneNews (2024) telah diunggah kabar mengenai Kyai Ahmad Anwar Zahid yang mengkritisi Aad Ainurussalam yang kerap berpenampilan kemayu (*mukhannats*) seperti perempuan. Gaya humoris ini dimaksudkan agar mudah diterima akar rumput. Namun, tentu saja berseberangan dengan moral, etika, serta syariat.

Isu lain pun datang dari sosok Haikal Hassan, yang menunjukkan krisis keteladanan, pasalnya apa yang diucapan atau dijanjikan tidak selaras dengan apa yang dilakukan. Hal ini terkait pernyataan dirinya untuk menjadi oposisi pemerintah sampai mati. Dilansir dari Tempo.co (2024), yang mengutip ucapan Haikal Hassan yang terekam dalam video:

"Ana pernah bilang bahkan kepada Pak Prabowo yang pernah ana dukung. 'Pak, kalau Bapak jadi presiden, detik itu juga, langsung saya

sampaikan, Allah yang menyaksikan. Langsung saya nyatakan saya oposisi kepada Bapak'. Enggak boleh ulama main-main di pintu penguasa."

Namun, yang terjadi tidak sejalan dengan yang diucapkan. Haikal Hassan menerima jabatan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Selain itu, sikap tak layak datang dari Gus Iqdam, dari TvOneNews (2024), yang menyikapi tanggapan pengguna media sosial dengan mengatakan: "Netizen kan maha tolol." Kesilapan ini justru menambah cibiran. Semestinya pendakwah tenar yang tahu kalau apa yang diucapkan akan diunggah dan tersebar di media sosial dapat lebih berhati-hati dalam memilah diksinya; menyikapi setiap penyangkalan pihak lain dengan lebih bijaksana.

C. Faktor Penyebab Tantangan Dakwah

Ada beberapa hal yang menjadi sebab tantangan dakwah, di antaranya pengaruh modernisasi dan media sosial; kurangnya pembinaan moral dan spiritual bagi pendakwah. Berkaitan dengan modernisasi, Amich Alhumami (2000), dalam "Gerakan Modernisme Islam di Indonesia: Menimbang Nurcholish Madjid", menyatakan bahwa Islam adalah agama yang paling siap untuk menerima modernisasi. Pernyataannya ini didukung oleh Robert N. Bellah yang menilai bahwa Islam salaf sudahlah sangat modern di zamannya kala itu. Namun, bukan berarti Islam tidak menghadapi tantangan modernisasi. Dengan adanya beragam media sosial, arus informasi semakin deras, yang demikian menyebabkan paham-paham di luar Islam mulai dilirik dan mendapat banyak perhatian. Misalnya saja positivisme yang menolak segala sumber pengetahuan yang tidak empirik, dalam hal ini *Sapiens: Sejarah Singkat Umat Manusia*, yang ditulis Yuval Noah Harari, telah banyak digandrungi, pahamnya menyebar di antara umat Islam. Goenawam Mohamad (2019) telah memberikan ulasan kritis dalam esainya "Aletheia", dengan mengatakan bahwa hanya orang seperti Harari, yang melihat hidup sebagai gerak mekanistis, yang dapat mengatakan ada pasca-kebenaran; menurut Harari pun agama adalah sebuah kabar palsu yang dipercaya ratusan juta umat manusia selama seribu tahun. Atau buku-buku *self-improvement* yang kebanyakan disusun

dengan pendekatan psikologi ateistik, yang banyak dikritik oleh Malik Badri (2022), seperti behaviorisme, teori psikoanalisis Freud, dll. Selain karena ada paham-paham yang berselisih dengan Islam, generasi muslim pun akan lebih familier dengan nama-nama semisal Alfred Adler atau Erich Fromm daripada Al-Balkhi atau Al-Muhasibi—tradisi keilmuan Islam lambat laun bisa putus di tengah jalan.

Dari sudut yang berbeda, modernisasi dan media sosial menjadi yang tantangan yang perlu disikapi dengan cerdik dan jeli. Hal ini terkait luasnya jangkauan arus informasi. Oleh karena itu pendakwah yang dakwahnya diunggah ke berbagai jejaring media sosial tidak dapat memilah audiensnya. Hal ini menuntut kejelian komunikasi. Dalam pengantar buku Psikologi Dakwah (Faizah dan Effendi, 2015), Achmad Mubarok (guru besar psikologi Islam UIN Jakarta) merincikan ragam gaya bahasa dakwah dalam Al-Qur'an sesuai dengan objek dakwahnya: : *qaulan baligha* (kalimat yang keras dan membekas di dalam jiwa), *qaulan maysura* (perkataan yang ringan), *qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut), *qaulan karima* (perkataan yang mulia), dan *qaulan sadida* (perkataan yang benar, mengena sasaran, substansial, lugas bahasanya). Namun, pendakwah di era modern ini, bila dakwahnya masuk melalui media sosial mereka tidak dapat menentukan sendiri siapa audiensnya. Maka pendakwah perlu berhati-hati untuk memilah kata-kata dengan baik.

Tantangan lain datang bukan dari faktor yang eksternal, melainkan dari diri pendakwah sendiri. Seperti yang terlah dipaparkan pada bagian sebelumnya, kesilapan moral pendakwah, yang barangkali terjadi karena kurangnya pembinaan moral dan spiritual bagi pendakwah. Dalam *Hilyatu Thalibi al-'Ilm*, Bakr Abu Zaid (2002), menuliskan satu bab berjudul *"Al-Mahadzir"* (hal-hal yang diwaspadai). Setiap sub-bab-nya adalah hal-hal yang perlu diwaspadai oleh pendakwah. "*At-tashaddur qabla at-Ta'ahhul*" (tampil sebelum punya kompetensi) adalah di antaranya, ada juga "Tahbiru al-Kaghid" yang maksudnya adalah melakukan penulisan tanpa punya keahlian dan kematangan, selain itu ada juga soal "*al-Ijhadhu al-Fikr*" yakni mengemukakan pemikiran sebelum matangnya, dst. Dari sisi yang intrinsik, para ulama telah banyak bicara soal kesiapan diri pendakwah secara pribadi, misalnya saja

Muhammad Said Ramadhan al-Buthiy menuliskan *"Muntalaqatu ad-Da'wah"* (tempat bermulanya dakwah), dalam *Hakadza Fa-l-Nad'u ila al-Islam*. Tiga hal disebutkan: kesadaran bahwa dakwah tak lain adalah ibadah; berasaskan simpati dan kasih sayang; totalitas dan menyerahkan hasilnya (hidayah) kepada Allah.

Modern ini muncul banyak fenomena unik. Di antaranya seperti yang disampaikan Muhammad Dawud (2015) dalam "Tayangan Dakwah dan Lahirnya Da'i Selebriti." Menurutnya, teknologi informasi modern (seperti televisi) menggerogoti otoritas tradisional; terjadi desentralisasi otoritas dakwah, yang sebelumnya diakui melalui kualifikasi keagamaan beralih ke legitimasi popularitas. Di *website* resmi *Nu Online* (2019), Sukron Makmun menyampaikan keprihatinan yang sama dalam artikelnya "Fenomena Dai dan Hijrah di Kalangan Selebriti", yang menurutnya fenomena artis hijrah adalah kabar baik sekaligus tantangan. Sebab, seringkali artis yang seorang *public figure* tak dapat menahan diri untuk berkomentar soal agama, beberapa di antaranya justru mengambil alih peran dakwah. Namun, yang jadi persoalan bukan artis atau bukan, tetapi kompetensi—yang disertai rasa tanggung jawab.

D. Solusi dan Penguatan Etika dan Akhlak Pendakwah

Telah banyak fenomena dakwah modern yang muncul dan menjadi problematika baru. Dalam kaitannya dengan pendakwah, penguatan etika dan akhlak pendakwah menjadi yang utama. Sebelumnya telah disampaikan poin-poin penting dari etika yang harus dimiliki pendakwah yang disampaikan oleh Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dan Abdul Aziz bin Baz. Namun, teori semata sama sekali tak menjamin menyelesaikan problematika dakwah modern. Sebetulnya program Standarisasi Dai telah lama dilakukan MUI, pada hari Senin 6 Mei 2024, di kantor MUI Jakarta, telah menggelar programnya untuk angkatan ke-30 (Junaidi, 2024). MUI Mojokerto pun telah menyelenggarakan pelatihan bertema "DIKLAT: Optimalisasi Dakwah melalui Media Digital", berbagai aspeknya telah diperhatikan, seperti jurnalistik, desain, media sosial, dll. Pelatihan ini dilakukan agar dakwahnya pendakwah lebih efektif di media sosial, dapat bersaing dengan kreator pada umumnya (Muimoker, 2024). Adapula yang

membentuk suatu lembaga seperti LPPD Khairu Ummah yang aktif memberikan pelatihan dan kursus bagi para mubalig (Tri Aji Wicaksono, 2024). Namun, seperti ada sesuatu yang kurang, para pendakwah yang kurang beretika, kadang melemparkan guyonan seksis seperti Gus Miftah, dsb., selalu muncul di permukaan. Contoh lain seperti Mama Ghufron yang bicaranya melantur pun muncul juga.

Persoalan akhlak adalah persoalan besar. Menyikapinya dari satu sisi hanya seperti membangun sementara yang lain menghancurkan. Miqdad Yeljen (1995) mengatakan kalau ada dua sumber utama yang menjadi sebab problematika akhlak: jauhnya manusia dari nilai-nilai Islam; tersingkirnya tarbiyah akhlak dari kurikulum pendidikan. Poin yang pertama seharusnya sudah cukup menyelesaikan segalanya. Namun, bagaimana cara menciptakan kesadaran kolektif itu yang menjadi PR besar. Bukan semata kesadaran di kalangan terpelajar saja. Kesadaran ini yang terbangun dari nilai-nilai Islam yang holistik, bukan yang dipilah-pilah.

Persoalan besar ini pun perlu diselesaikan secara terstruktur dan sistematis. Yang paling memungkinkan mengemban PR ini tentu MUI. Sebetulnya MUI pun telah menyampaikan banyak himbauan terkait persoalan dakwah, seperti imbauan Cholil Nafis yang merespon kontroversi Miftah Maulana Habiburrahman (Kompas.com, 2024), tetapi kasus serupa terus terulang, karena sebagian masyarakat justru memaklumi dan mewajarkan. Maka dari itu kedua poin dari Miqdad Yeljen sangat diperlukan, akan tetapi dilakukan dalam skala besar, hingga menjangkau akar rumput. Pendidikan Islam tak hanya dilakukan di sekolah atau lembaga formal. Ormas di kampung-kampung kecil seperti DKM perlu dihadirkan dalam struktur kelas yang terintegrasi ke MUI cabang kecamatan atau kota. Dalam hal ini, konsistensi, kesabaran, niat ikhlas diperlukan. Dana pun juga jadi sesuatu yang krusial. Itu perlu kerja sama dari berbagai macam lapisan masyarakat.

E. Penutup

Dakwah di era modernisasi punya warna-warninya tersendiri. Meski tak perlu dilalui dengan pertumpahan darah seperti ratusan yang lalu, modernisasi memberikan tantangan yang tak kalah menjengkelkan.

Desentralisasi otoritas dakwah, yang mulanya adalah kompetensi menjadi polaritas dan entertain. Tak banyak yang bisa dilakukan karena sebagai masyarakat menyukainya. Lembaga seperti MUI memiliki wewenang untuk memberikan legitimasi kepada lembaga-lembaga dakwah atau pendakwah secara langsung melalui proses tertentu seperti pelatihan atau semacamnya. Kalaupun problem etika terus terjadi dalam profesi pendakwah, MUI perlu memberikan himbauan tegas secara obyektif sebagaimana sebelumnya. Kemudian dengan gerakan kolektif Ormas di daerah setempat yang terintegrasi langsung ke MUI cabang—lewat kerja sama dari berbagai elemen masyarakat, melalui upaya yang terukur, menciptakan lingkungan tarbawi yang tak hanya tercipta dalam kehidupan sekolah atau lembaga formal. Upaya semacam ini dapat menjawab tantangan etika dan akhlak dalam profesi pendakwah di era modernisasi.

F. Referensi

Al-Bayanuniy, Muhammad Abu Al-Fath. (1995). Al-Madkhal ila 'Ilmi ad-Da'wah. Muassasatu ar-Risalah.

Al-Buthiy, Said Ramadhan. (t.th). Hakadza Fa-l-nad'u ila al-Islam. Muassasatu Ar-Risalah.

Al-Kharraz, Khalid. (2009). Mausu'atu al-Akhlaq. Maktabatu Ahli al-Atsar,

Al-Ghazali, Muhammad. (t.th). Ad-Da'wah al-Islamiyyah fi al-Qarn al-Haliy. Daru asy-Syuruq.

Al-Qahthaniy, Said bin Ali. (2010). al-Khulqu al-Hasan fi Dhau'i al-Kitab wa as-Sunnah, Cet. 1, Riyadh: Maktabatu al-Mulk Fahd al-Wathaniyyah. Maktabatu Al-Mulk Fahd Al-Wathaniyyah.

Alhumami, Amich. (2004). "Gerakan Modernisme Islam di Indonesia: Menimbang Nurcholish Madjid". Islam di Tengan Arus Transisi. Jakarta: PT Gramedia.

Badri, Malik. (2022). Dilema Psikolog Muslim. Pustaka Firdaus.

Barten, Kees. (2020). Etika Profesi. Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Baz, Abdullah. (2002). Ad-Da'wah ila Allah wa Akhlaqu ad-Du'ah. Ri'asatu Idarati al-Buhuts al-'Ilmiyyah wa al-Ifta' ar-Riyadh.

Faizah dan Lalu Muchsin Effendi. (2015). Psikologi Dakwah. Penerbit Kencana.

Yelyen, Miqdad. (1995). Globalisasi Persoalan Manusia Modern: Solusi Tarbiyah Islamiyah. Surabaya: Penerbit Risalah Gusti.

Dawud, Muhammad. (2015). "Tayangan Dakwah dan Lahirnya Da'i Selebriti". *Al-'Adalah*, 18(1), 220.

Graham, Gordon. (2018). Teori-Teori Etika. Penerbit Nusa Media.

Kamil, Sukron. (2021). Etika Islam. Penerbit KENCANA.

Zaid, Bakr Abu. (2002). Hilyatu Thalibi al-'Ilm. Muassasatu Ar-Risalah.

Aanardianto. (2024, Desember). Dakwah Medium Memajukan Umat, Tak Hanya Entertainment. Muhammadiyah. https://muhammadiyah.or.id/2024/12/dakwah-medium-memajukan-umat-tak-hanya-entertainment/

Hafil, Muhammad, (2024, 04 Desember). Arti Kata "Goblok" yang Diucapkan Gus Miftah Menurut KBBI. Khazanah Republika. https://khazanah.republika.co.id/berita/sny2lz430/arti-kata-goblok-yang-diucapkan-gus-miftah-menurut-kbbi-part2

Imanuddin, Ahmad. (2024, 21 Maret). Ceramah dengan Penampilan Kemayu, Kyai Anwar Zahid Roasting Ustadz Ini di Depan Jamaah, Abah Anza: Laki-laki Kok bertingkah Seperti .... TvOneNews. https://www.tvonenews.com/religi/195837-ceramah-dengan-penampilan-kemayu-kyai-anwar-zahid-roasting-ustaz-ini-di-depan-jamaah-abah-anza-laki-laki-kok-bertingkah-seperti

Junaidi. (2024, 7 Mei). "Standarisasi Dai Angkatan Ke-30, Komisi Dakwah MUI: Dai Punya Peran Satukan Umat". MUI Digital. https://mui.or.id/baca/berita/standardisasi-dai-angkatan-ke-30-komisi-dakwah-mui-dai-punya-peran-satukan-umat

Kontributor Tempo. (2024, 22 Oktober). Dilantik Prabowo, Haikal Hassan Jelaskan Video Dirinya Mau Jadi Oposisi Sampai Mati. Tempo. https://www.tempo.co/politik/dilantik-prabowo-haikal-hassan-jelaskan-video-dirinya-mau-jadi-oposisi-sampai-mati-1029962

Makmun, Sukron. (2019, 12 April). Fenomena Dai dan Hijrah di Kalangan Selebriti. NU Online. https://www.nu.or.id/opini/fenomena-dai-dan-hijrah-di-kalangan-selebriti-HhCD

Muimoker. (2024, 5 Oktober). MUI Kabupaten Mojokerto Siap Optimalisasi Dakwah Digital dalam Diklat MUI Jatim. MUI Kab.

Mojokerto. https://www.mojokerto.muijatim.or.id/mui-kabupaten-mojokerto-siap-optimalisasi-dakwah-digital-dalam-diklat-mui-jatim/

Nabilla, Farah. (2024, 16 Desember). Ceramah Gus Baha Diduga Kritik Orang-Orang NU: Kyai Jangan Mau Diatur-atur Orang Kaya. Suara. https://www.suara.com/lifestyle/2024/12/16/133638/ceramah-gus-baha-diduga-kritik-orang-orang-nu-Kyai-jangan-mau-diatur-atur-orang-kaya

Saptohutomo, Aryo Putranto. (2024, 4 Desember). Miftah Hina Pedagang Es, MUI Imbau Dakwah Jangan Picu Masalah. https://www.kompasiana.com/triajiwicaksono0778/6649f91bde948f092a168c72/menelusuri-upaya-lembaga-dakwah-khairu-ummah-dalam-menyebarkan-nilai-nilai-keagamaan-di-masyarakat#:~:text=Jakarta%20%2D%20Lembaga%20Pengkajian%20dan%20Pengembangan%20Dakwah,manajemen%20masjid%20yang%20berdiri%20sejak%20tahun%201992.

Wicaksono, Tri Aji. (2024, 19 Mei). Menelusuri Upaya Lembaga Dakwah Khairu Ummah dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Keagamaan di Masyarakat. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/triajiwicaksono0778/6649f91bde948f092a168c72/menelusuri-upaya-lembaga-dakwah-khairu-ummah-dalam-menyebarkan-nilai-nilai-keagamaan-di masyarakat#:~:text=Jakarta%20%2D%20Lembaga%20Pengkajian%20dan%20Pengembangan%20Dakwah,manajemen%20masjid%20yang%20berdiri%20sejak%20tahun%201992.

BAB 2

METODE DAKWAH DAN KEBERAGAMANNYA

Amar Halim, S.Pd.I

MIN 19 Bireuen

A. Pendahuluan

Pendakwah adalah seseorang yang menyampaikan ajaran agama kepada orang lain dengan tujuan untuk mengajak, mengedukasi, dan menyebarkan nilai-nilai agama tersebut. Pendakwah biasanya berperan sebagai pemandu spiritual yang memberikan nasihat, ceramah, atau pengajaran mengenai keyakinan, ibadah, akhlak, dan cara hidup yang sesuai dengan ajaran agama. Dalam Islam, pendakwah sering disebut **dai** (jamak: **du'at**), yang berasal dari kata *da'wah*, yang berarti panggilan atau ajakan menuju kebaikan dan ketaatan kepada Allah.

Peran pendakwah tidak hanya terbatas pada ceramah formal di masjid atau tempat ibadah, tetapi juga melalui tulisan, media, dan teladan hidup sehari-hari. Pendakwah memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan bijaksana, penuh kasih sayang, dan sesuai dengan kemampuan serta keadaan masyarakat yang menjadi sasarannya. Keberagaman latar belakang pendakwah merupakan fenomena yang tidak terelakkan dalam masyarakat yang plural.

Fenomena ini memberikan warna tersendiri dalam dinamika dakwah, baik dari segi metode penyampaian maupun dampak yang dihasilkan di tengah masyarakat. Di satu sisi, keberagaman ini menjadi kekuatan yang memperkaya pendekatan dakwah, memungkinkan pesan agama disampaikan dalam berbagai cara yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens.

Pendakwah seringkali berfungsi sebagai penghubung antara teks-teks suci dan pemahaman praktisnya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, mereka membantu masyarakat memahami bagaimana ajaran agama relevan dalam menghadapi tantangan modern. Keberagaman latar belakang pendakwah mempengaruhi efektivitas dakwah, penguatan nilai-nilai keberagamaan, serta potensi dampaknya terhadap harmoni sosial dalam masyarakat.

B. Pentingnya Keberagaman dalam dakwah.

Dakwah merupakan salah satu tugas utama umat Islam untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada sesama manusia. Dalam melaksanakan dakwah, pendekatan yang digunakan sangat menentukan efektifitasnya. Dakwah bertujuan untuk merancang langkah dan program guna menetapkan setiap target, memilih materi yang akan disampaikan, menentukan metode yang digunakan, media yang dipakai, serta dai yang akan melaksanakan dakwah. (Dr. Khairan Muhammad Arif, 2022)

Salah satu pendekatan penting yang seringkali terabaikan adalah keberagaman. Keberagaman dalam dakwah mencakup berbagai aspek, seperti cara penyampaian, konteks budaya, bahasa, dan pemahaman terhadap kebutuhan unik dari audiens.

1. Memahami Keberagaman sebagai Rahmat

Islam mengajarkan bahwa keberagaman adalah rahmat dari Allah SWT. Dalam Surah Al-Hujurat ayat 13, Allah berfirman,

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْا ۚ اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ خَبِيْرٌ

Artinya: *"Wahai manusia! Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal."* (QS. Al-Hujurat : 13)

Ayat ini menunjukkan bahwa keberagaman bukanlah sesuatu yang harus dihindari, melainkan dipahami dan diapresiasi. Dalam konteks dakwah, keberagaman ini mencakup perbedaan dalam latar

belakang sosial, budaya, dan cara pandang. Dengan mengakui keberagaman sebagai rahmat, para dai dapat mengembangkan strategi dakwah yang lebih efektif dan bersahabat.

2. Pendekatan Dakwah yang Kontekstual

Salah satu tantangan utama dalam dakwah adalah menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiens yang berbeda-beda. Keberagaman dalam dakwah berarti para dai harus peka terhadap konteks audiensnya. Sebagai contoh, pendekatan dakwah di komunitas perkotaan mungkin berbeda dengan pendekatan di daerah pedesaan.

Selain itu, keberagaman juga mencakup pemahaman terhadap budaya setempat. Banyak budaya memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan ajaran Islam, seperti penghormatan terhadap orang tua, kejujuran, dan gotong royong. Jangan biarkan dakwah menjadi beban atau penyebab perpecahan di tengah masyarakat. Dakwah sebaiknya disampaikan dengan cara yang lebih manusiawi, dialogis, serta sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas masyarakat. (Basit, 2013) Dengan mengenali dan mengintegrasikan nilai-nilai ini dalam dakwah, pesan Islam dapat diterima dengan lebih baik tanpa menimbulkan resistensi budaya.

3. Menggunakan Berbagai Media Dakwah

Keberagaman dalam dakwah juga terlihat dalam penggunaan media. Di era digital ini, media sosial, podcast, dan video menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan Islam kepada generasi muda. Namun, media tradisional seperti pengajian, khutbah, dan buku tetap relevan bagi kelompok tertentu. Dengan memanfaatkan berbagai media, dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Era digital kerap disebut oleh para ahli sebagai era multi layar, yaitu masa di mana perhatian masyarakat terfokus pada berbagai media seperti smartphone, laptop, dan televisi. (Budiantoro, 2017)

Sebagai contoh, seorang dai dapat menggunakan video pendek di TikTok untuk menjelaskan konsep Islam secara sederhana kepada anak muda. Sementara itu, buku atau ceramah yang mendalam dapat

digunakan untuk audiens yang lebih dewasa atau memiliki minat khusus dalam studi Islam.

4. Membangun Dialog Antarumat Beragama

Dalam dunia yang semakin terhubung, interaksi dengan pemeluk agama lain menjadi hal yang tidak terhindarkan. Dakwah yang menghargai keberagaman harus mampu membangun dialog yang konstruktif dengan pemeluk agama lain. Dialog ini tidak hanya membantu memperluas pemahaman tentang Islam, tetapi juga menciptakan harmoni antarumat beragama.

Sebagai contoh, dalam masyarakat multikultural, dakwah dapat dilakukan dengan menekankan nilai-nilai universal seperti keadilan, kasih sayang, dan kepedulian terhadap sesama. Dengan cara ini, pesan Islam dapat diterima tidak hanya oleh umat Islam tetapi juga oleh mereka yang berbeda keyakinan. Hal ini terjadi karena dalam dialog antaragama, setiap pemeluk agama dituntut untuk saling memahami dan menghormati keyakinan satu sama lain. Hal ini memperkuat pesan bahwa Islam adalah agama rahmat bagi seluruh alam.

5. Menghargai Perbedaan Pemahaman dalam Islam

Keberagaman dalam dakwah juga mencakup penghargaan terhadap perbedaan pemahaman di kalangan umat Islam sendiri. Dalam sejarah Islam, terdapat berbagai mazhab dan aliran pemikiran yang masing-masing memiliki kontribusi berharga dalam pengembangan peradaban Islam. Bahkan pada masa Rasulullah masih hidup, para sahabat kerap memiliki perbedaan pendapat dalam memahami dan menanggapi perintah agama, baik yang berasal dari Al-Qur'an maupun sabda Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam.

Dakwah yang inklusif tidak memaksakan satu pandangan tertentu, melainkan menghargai perbedaan tersebut sebagai bagian dari dinamika keilmuan dan spiritualitas Islam. Sebagai contoh, dalam hal ibadah, perbedaan cara shalat antara mazhab Syafi'i dan Hanafi tidak seharusnya menjadi penghalang untuk bersatu dalam dakwah.

Sebaliknya, keberagaman ini menunjukkan kekayaan tradisi Islam yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi umat.

Keberagaman adalah kunci keberhasilan dakwah di dunia yang semakin kompleks dan multikultural. Dengan menghargai keberagaman, para dai dapat menyampaikan pesan Islam secara lebih relevan, inklusif, dan efektif. Keberagaman dalam dakwah mencakup pemahaman terhadap konteks budaya, penggunaan berbagai media, dialog antarumat beragama, serta penghargaan terhadap perbedaan internal dalam Islam..

C. Latar belakang Da'I dan Pendekatan Dakwah**nya**

Pengaruh latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan terhadap pendekatan dakwah sangat signifikan, karena ketiga aspek ini membentuk cara seseorang memahami, menyampaikan, dan menerima pesan dakwah. Oleh karena itu, dakwah di wilayah perdesaan sebaiknya mampu membawa perubahan pada aspek ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan politik masyarakat, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk bangkit dari keterbelakangan. (Zaini, 2017) Berikut adalah penjelasan rinci mengenai masing-masing pengaruh:

1) Latar Belakang Sosial

Latar belakang sosial seorang pendakwah memainkan peran penting dalam membentuk pendekatan, gaya komunikasi, dan efektivitas pesan dakwah yang disampaikan. Sebagai individu yang lahir dan tumbuh di dalam suatu masyarakat, pendakwah tidak dapat terlepas dari pengaruh budaya, tradisi, dan nilai-nilai sosial yang mengelilinginya. Selain itu, struktur sosial masyarakat juga mempengaruhi cara pendakwah menjalankan perannya. Dalam masyarakat yang memiliki hierarki sosial yang kuat, seorang pendakwah harus mampu menyesuaikan diri dengan dinamika tersebut. Mereka perlu menghormati tokoh-tokoh masyarakat, seperti pemimpin adat atau ulama senior, dan bekerja sama dengan mereka untuk menyampaikan pesan agama secara efektif.

Pendakwah harus mampu menyampaikan pesan agama dengan cara yang tidak hanya relevan bagi umat Muslim, tetapi juga

menghormati keyakinan dan nilai-nilai kelompok lain. Hal ini memerlukan pemahaman mendalam tentang kearifan lokal dan budaya masyarakat setempat, sehingga dakwah tidak terkesan memaksakan, melainkan mampu merangkul semua pihak. Pendakwah yang berasal dari latar belakang sosial yang beragam cenderung lebih adaptif dan mampu menjembatani perbedaan-perbedaan dalam masyarakat.

2) Latar Belakang Ekonomi

Seorang pendakwah seringkali memiliki latar belakang ekonomi yang beragam, tergantung pada pendidikan, pengalaman, dan kondisi sosial mereka. Beberapa pendakwah berasal dari keluarga sederhana yang berjuang keras untuk mengenyam pendidikan agama dan ilmu pengetahuan. Mereka mungkin menjalani pekerjaan tambahan seperti mengajar, berdagang, atau menjadi konsultan untuk mencukupi kebutuhan hidup.

Sebagian pendakwah mengandalkan donasi jamaah atau lembaga dakwah yang mendukung kegiatan mereka, sementara yang lain berinovasi dengan memanfaatkan media sosial, menulis buku, atau memberikan pelatihan sebagai sumber penghasilan tambahan. Terlepas dari latar belakang ekonomi mereka, pendakwah yang berdedikasi memiliki tujuan utama menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan memberikan manfaat kepada masyarakat luas melalui pesan-pesan agama yang disampaikan.

3) Latar Belakang Pendidikan

Seorang pendakwah seringkali memiliki latar belakang pendidikan yang mencerminkan minat mendalam pada ilmu agama dan pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan formal biasanya dimulai dari sekolah berbasis agama, seperti pesantren, madrasah, atau sekolah Islam, yang memberikan dasar pengetahuan Al-Qur'an, hadis, fikih, dan akhlak.

Latar belakang ini dilengkapi dengan pengalaman praktis dalam menyampaikan ceramah, membimbing jamaah, dan berdialog dengan berbagai kalangan. Kombinasi antara pendidikan dan pengalaman ini

membentuk kemampuan mereka untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang relevan, bijak, dan inspiratif, sesuai dengan kebutuhan umat.

Pendakwah yang mampu memahami dan menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan konteks ini akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun hubungan yang harmonis dengan audiensnya. Ada beberapa strategi penyesuaian pendekatan dakwah berdasarkan latar belakang sebagai berikut:

1) Strategi Berdasarkan Latar Belakang Sosial

   Pendakwah perlu mempelajari adat dan kebiasaan masyarakat agar dakwah tidak terkesan memaksakan nilai baru, tetapi menyelaraskan pesan agama dengan kearifan lokal. Contohnya, mengintegrasikan dakwah dengan tradisi keagamaan seperti selamatan atau pengajian rutin. Melibatkan Pemimpin Komunitas: Menggandeng tokoh masyarakat seperti kepala adat, ustaz lokal, atau pemimpin formal dapat membantu meningkatkan penerimaan dakwah.

2) Strategi Berdasarkan Latar Belakang Ekonomi

   Di komunitas ekonomi lemah, mengkombinasikan dakwah dengan kegiatan sosial seperti layanan kesehatan gratis, pemberdayaan usaha kecil, atau distribusi bantuan bisa menjadi jalan efektif untuk mendekatkan diri pada masyarakat. Dakwah yang mempromosikan infaq, sedekah, dan zakat dengan menunjukkan dampak nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

3) Strategi Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

   Untuk masyarakat terdidik, dakwah perlu dilengkapi dengan dalil yang kuat, referensi ilmiah, serta keterkaitan antara ilmu agama dan sains modern. Untuk masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah, pendekatan yang kreatif seperti film pendek, drama, atau ilustrasi visual dapat meningkatkan pemahaman.

Namun, peluang besar terbuka bagi dakwah untuk menjadi lebih relevan dan diterima, khususnya dengan memanfaatkan teknologi, memperkuat komunitas, dan membangun kolaborasi lintas sektor. Pendekatan yang adaptif, inovatif, dan empati akan membawa dampak

dakwah yang lebih luas dan mendalam. Untuk mencapai keberhasilan dakwah, diperlukan berbagai elemen yang saling berkaitan sebagai bagian dari satu kesatuan konsep yang terpadu. (Alimuddin, 2007) Dakwah yang efektif adalah dakwah yang memahami audiensnya secara menyeluruh, baik dari aspek sosial, ekonomi, maupun pendidikan.

Setelah itu, banyak pendakwah melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi di universitas Islam atau perguruan tinggi dengan jurusan terkait, seperti studi Islam, dakwah, atau hukum Islam. Kombinasi antara pendidikan dan pengalaman ini membentuk kemampuan mereka untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang relevan, bijak, dan inspiratif, sesuai dengan kebutuhan umat.

D. Variasi Pendekatan Berdasarkan Latar Belakang Dai

Pendekatan dalam dakwah seringkali dipengaruhi oleh latar belakang sang dai. Berikut adalah beberapa variasi pendekatan yang dapat diambil berdasarkan latar belakang mereka:

1) Da'i Berbasis Pendidikan Formal Islam

   Memiliki latar belakang pendidikan formal di pesantren, madrasah, atau institusi pendidikan tinggi Islam. Mereka menggunakan metode yang sistematis dan terstruktur, seperti pengajaran fiqih, tafsir, atau hadis. Dalam penyampaian dakwah mereka menggunakan referensi kitab-kitab klasik atau kontemporer, Serta berfokus pada pembentukan akidah, ibadah, dan moral yang kuat.

2) Da'i Berbasis Pendidikan Umum

   Latar belakang pendidikan di bidang umum seperti sains, teknologi, atau humaniora. Pendekatan yang dilakukan yaitu dengan menghubungkan ajaran Islam dengan ilmu pengetahuan dan fenomena modern dengan memanfaatkan pendekatan logis dan rasional untuk menjelaskan nilai-nilai agama. Mereka menyasar audiens yang cenderung intelektual atau skeptis terhadap agama.

3) Da'i dengan Pengalaman Praktis di Masyarakat

   Da'i yang tumbuh dan berkecimpung langsung di tengah masyarakat. mereka melakukan pendekatan dengan mengutamakan pendekatan

empati dan kearifan lokal dengan menggunakan bahasa sederhana dan contoh sehari-hari serta embangun hubungan personal dengan jamaah melalui kegiatan sosial.

E. Latar Belakang Sosial: Pendekatan kontekstual berdasarkan pengalaman kehidupan dai.

Pendekatan kontekstual berdasarkan pengalaman kehidupan (contextual approach based on life experiences) adalah cara belajar atau memahami sesuatu dengan mengaitkan materi atau topik dengan pengalaman nyata yang dialami individu dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah sebagai faktor penyeimbang harus mampu membantu manusia untuk tidak hanya fokus pada kehidupan duniawi yang semakin diagungkan oleh kemajuan teknologi, tetapi juga menjaga keseimbangan dengan kehidupan spiritual (akhirat).(Muhaimin, 2018)Ini membuat pembelajaran menjadi lebih relevan, bermakna, dan mudah diterapkan. Dalam konteks pendidikan atau pengembangan pribadi, pendekatan ini melibatkan beberapa langkah penting:

1) Menghubungkan Teori dengan Praktik

   Konsep yang abstrak dipahami melalui contoh atau kasus nyata yang pernah dialami. Misalnya, mempelajari konsep fisika seperti gravitasi dengan menceritakan pengalaman menjatuhkan benda, ini dapat membantu memahami materi secara lebih mendalam karena didukung oleh pengalaman nyata.

2) Menggunakan Cerita Pribadi

   Berbagi cerita yang relevan dengan topik yang sedang dibahas. Misalnya, ketika membahas ketekunan, Anda dapat menceritakan perjuangan menyelesaikan tugas yang sulit. Cerita ini memiliki daya tarik secara emosional yang kuat sehingga dapat meningkatkan daya ingat dan pemahaman.

   Pendekatan ini sangat efektif untuk meningkatkan keterlibatan emosional, memperkuat motivasi, dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan kehidupan nyata.

F. Latar Belakang Pendidikan: Perbandingan metode dai tradisional dan modern.

Perbandingan metode dakwah tradisional dan modern dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

1) Media yang Digunakan
   - Metode tradisional, mengandalkan media sederhana seperti ceramah di masjid, majelis taklim, pengajian, khutbah Jumat, dan kegiatan keagamaan langsung lainnya. Penyampaian pesan sering dilakukan secara lisan dengan interaksi tatap muka. Interaksi personal dan langsung memungkinkan adanya dialog serta pendekatan emosional tetapi jangkauan audiens terbatas pada ruang fisik.
   - Metode modern, menggunakan teknologi digital seperti media sosial, podcast, video streaming, webinar, aplikasi dakwah, dan konten multimedia. Media sosial merupakan platform online di mana penggunanya dapat saling terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan konten yang digunakan bersama.. (Aan Mohamad Burhanudin, 2019). Jangkauan lebih luas, bahkan hingga ke lintas negara. Informasi lebih mudah diakses kapan saja.tetapi interaksi personal sering berkurang, dan ada risiko informasi kurang terkontrol.

2) Gaya Penyampaian
   - Penyampaian dengan metode tradisional, biasanya formal dan menggunakan pendekatan budaya atau adat setempat. Bahasa yang digunakan seringkali sesuai dengan tradisi atau dialek lokal. Lebih dekat dengan tradisi masyarakat tertentu sehingga pesan lebih mudah diterima. Tetapi kurang fleksibel untuk audiens generasi muda yang cenderung lebih modern.
   - Penyampaian dengan metode modern cenderung lebih santai dan menggunakan bahasa universal atau gaya kekinian. seringkali mengandalkan narasi visual dan storytelling. Dakwah jadi lebih menarik untuk generasi muda dan masyarakat tetapi bisa

kehilangan elemen spiritualitas mendalam jika terlalu banyak hiburan.

- Metode tradisional dan modern memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Idealnya, keduanya saling melengkapi. Dai masa kini perlu menguasai kedua metode untuk menyampaikan dakwah yang relevan, mendalam, dan menjangkau semua lapisan masyarakat. Seorang da'i juga akan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan dan penerapan metode, sehingga metode yang dipilih sesuai dengan tujuannya. (Alhidayatillah, 2017) Dengan pemanfaatan metode yang sesuai dalam melakukan dakwah serta keadaan lingkungan yang mendukung maka pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

G. Latar Belakang Ekonomi: Implikasi status ekonomi dai dalam membentuk citra dan Pesan dakwah.

Implikasi status ekonomi dai dalam membentuk citra dan pesan dakwah dapat dianalisis dari beberapa perspektif, karena status ekonomi dai sering memengaruhi cara masyarakat menerima pesan yang disampaikan serta bagaimana dai tersebut memposisikan dirinya. Berikut beberapa implikasinya:

1) Pengaruh terhadap Kredibilitas dan Citra Dai

   Dai yang memiliki status ekonomi tinggi seringkali dianggap lebih mampu memberikan contoh hidup yang sukses dan mapan. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitasnya, terutama jika ia berbicara tentang pentingnya kerja keras, zakat, atau sedekah. Namun, ada risiko dai dianggap kurang memahami perjuangan ekonomi jamaahnya yang kurang mampu. Sementara yang berstatus Rendah Dai yang berasal dari latar belakang ekonomi sederhana seringkali dianggap lebih "membumi" dan memahami persoalan hidup masyarakat kelas bawah. Namun, ia mungkin menghadapi tantangan dalam mendapatkan pengakuan dari kalangan masyarakat yang lebih mapan.

2) Fokus Pesan Dakwah

Pesan dakwah yang disampaikan cenderung berorientasi pada keberhasilan duniawi sebagai sarana menuju akhirat, seperti bagaimana menjalankan bisnis halal, pentingnya berbagi melalui zakat dan sedekah, serta tanggung jawab sosial.Sementara dai dengan ekonomi rendah dakwahnya mungkin lebih menekankan kesabaran, keikhlasan, dan tawakal dalam menghadapi kesulitan hidup, sehingga lebih relevan bagi jamaah yang menghadapi tantangan serupa.

Status ekonomi dai adalah salah satu faktor yang mempengaruhi citra dan efektivitas dakwah. Namun, nilai-nilai keikhlasan, kejujuran, dan keteladanan tetap menjadi elemen kunci yang lebih menentukan penerimaan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan.

H. Perbandingan Metode Dakwah di Perkotaan dan di Pedesaan

Perbedaan metode dakwah antara pendakwah di perkotaan dan pedesaan biasanya terkait dengan karakteristik audiens, gaya hidup, dan kebutuhan masyarakat di masing-masing wilayah. Sistem dakwah saat ini dilakukan dengan berkumpul dalam sebuah majelis yang dihadiri oleh guru dan murid, di mana ajaran agama Islam disampaikan melalui pertemuan tersebut. (Nur Kumala Dewi, 2021). Berikut adalah beberapa perbedaannya:

1) Pendekatan Komunikasi

   Pendakwah di kota sering menggunakan teknologi modern seperti media sosial, podcast, YouTube, atau aplikasi untuk menjangkau jamaah yang sibuk dan cenderung individualistis. Bahasa yang digunakan biasanya lebih modern, lugas, dan relevan dengan isu-isu terkini. Sementara Di pedesaan, komunikasi cenderung dilakukan secara langsung melalui pengajian di masjid, majelis taklim, atau acara adat. Pendakwah menggunakan bahasa lokal atau tradisional, dengan pendekatan yang santai dan personal.

2) Metode Pengajaran

   Pendakwah mungkin menggunakan seminar, workshop, atau diskusi interaktif. Penggunaan presentasi visual, multimedia, dan referensi kontemporer seringkali efektif. Sementara pendekatan di pedesaan lebih tradisional seperti ceramah, tahlilan, atau pengajian rutin.

Cerita-cerita hikmah, kisah nabi, atau humor sederhana sering digunakan untuk menarik perhatian.

3) Pola Hubungan dengan Jamaah

Hubungan pendakwah dan jamaah di kota lebih bersifat formal. Jamaah mungkin datang dari berbagai latar belakang yang tidak saling mengenal. Sementara hubungan lebih personal karena pendakwah biasanya sudah mengenal jamaah secara individu. Pendakwah juga sering terlibat dalam kehidupan sosial masyarakat seperti hajatan atau gotong royong.

I. Pengaruh budaya lokal terhadap keberhasilan dakwah.

Pengaruh budaya lokal terhadap keberhasilan dakwah sangat signifikan karena budaya lokal seringkali menjadi kerangka dasar bagi masyarakat dalam memahami dan merespons pesan dakwah. Pemahaman atau pelajaran agama tidak hanya disampaikan dalam ruang lingkup terbatas, tetapi juga melalui materi lain yang justru dapat mengaburkan atau bahkan bertentangan dengan tujuan mendidik manusia menjadi religius. (Sajadi, 2020)

Seorang dai harus menghargai adat istiadat yang tidak bertentangan dengan ajaran agama dapat membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Misalnya, tradisi gotong royong di Indonesia dapat dijadikan contoh nilai yang sejalan dengan ajaran Islam tentang kebersamaan.

Demikian pula tokoh adat atau pemimpin lokal memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan ajaran agama. Jika tokoh-tokoh ini terlibat dalam dakwah, masyarakat cenderung lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan. Sebagai contoh wali Songo di Jawa, Para Wali Songo menggunakan pendekatan budaya, seperti seni, arsitektur, dan sastra, untuk menyebarkan Islam. Contohnya, masjid-masjid yang dibangun dengan arsitektur khas Jawa menarik masyarakat untuk belajar Islam dan juga dakwah di Papua, Pendekatan dakwah yang memperhatikan kearifan lokal, seperti penghormatan terhadap alam dan adat, membantu meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap ajaran agama.

Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan memahami dan menyesuaikan pesan dengan konteks budaya lokal. Hal ini tidak hanya mempercepat penerimaan masyarakat, tetapi juga memastikan pesan agama dapat diaplikasikan secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

J. Membangun Sinergi dalam Keberagaman

Berikut adalah beberapa strategi untuk menyatukan berbagai pendekatan dalam memperkaya metode dakwah:

1) Mengenali Ragam Pendekatan Dakwah

   Pendekatan yang dilakukan dengan menitik beratkan pada dialog yang santun dan ajakan dengan hikmah untuk menyampaikan nilai-nilai agama. Mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam budaya lokal agar lebih mudah diterima, serta memanfaatkan teknologi seperti media sosial, podcast, atau video untuk menjangkau lebih banyak audiens.

2) Mengidentifikasi Kebutuhan Audiens

   Melakukan survei atau riset untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diminati oleh audiens, baik dari segi konten maupun pendekatan, dan membedakan metode dakwah berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, dan budaya audiens.

3) Peningkatan Kapasitas Da'i

   Melatih para da'i untuk memahami teknologi, psikologi, dan komunikasi agar lebih adaptif, Dan mendorong para da'i untuk terus belajar dan memperkaya wawasan mereka, baik dalam ilmu agama maupun ilmu duniawi. Dengan menggabungkan berbagai pendekatan ini, metode dakwah akan menjadi lebih fleksibel, relevan, dan menarik bagi audiens di berbagai kondisi dan era.

K. Pentingnya pelatihan kolaboratif bagi pendakwah lintas latar belakang.

Pelatihan kolaboratif bagi pendakwah lintas latar belakang sangat penting untuk memperkuat persatuan, memperkaya wawasan, dan

meningkatkan efektivitas dakwah. Berikut adalah beberapa poin pentingnya:

1) Mempererat Ukhuwah Islamiyah

   Pelatihan ini membantu para pendakwah dari berbagai latar belakang, seperti perbedaan mazhab, tradisi budaya, atau metode dakwah, untuk saling memahami dan menghormati. Kolaborasi ini memperkuat ukhuwah Islamiyah dengan menjembatani perbedaan yang ada.

2) Memperkaya Perspektif Dakwah

   Kolaborasi memberikan kesempatan bagi pendakwah untuk saling bertukar pengalaman dan metode. Hal ini memperkaya wawasan mereka, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih relevan dan efektif di berbagai konteks masyarakat.

L. Referensi

Aan Mohamad Burhanudin, Y. N. (2019). DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* , 240.

Alhidayatillah, N. (2017). Dakwah Dinamis Di Era Modern. *Jurnal An Nida Juranl Pemikiran Islam*, 38.

Alimuddin, N. (2007). Konsep Dakwah Dalam Islam. *Jurnal Hunafa*, 74.

Basit, A. (2013). Dakwah Cerdas di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 78.

Budiantoro, W. (2017). Dakwah Di Era Digital. *Komunika*, 265.

Dr. Khairan Muhammad Arif, A. L. (2022). Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. *Tahdzib Berakhlak Jurnal Pendidikan Islam*, 41.

https://istiqlal.or.id/blog/detail/memahami-perbedaan-pendapat-dalam-bingkai-persatuan-umat.html

https://quran.nu.or.id/al-hujurat/13

https://www.umy.ac.id/dialog-antar-agama-dinilai-bagus-sebagai-konsep-perdamaian

Muhaimin, E. (2018). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 343.

Nur Kumala Dewi, B. H. (2021). Konsep Aplikasi E-Dakwah Untuk Generasi Milenial Jakarta. *Jurnal IKRA-ITH INFORMATIKA*, 27.

Sajadi, D. (2020). PROBLEMATIKA DAKWAH KONTEMPORER TINJAUAN FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL. *Jurnal Studi dan Pemikiran Islam*, 7.

Zaini, A. (2017). Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 286.

BAB 3

DA'I DAN PELATIHAN DAKWAH

Dr. Badrah Uyuni, MA

(Universitas Islam AS-Syafiiyah)

A. Pendahuluan

Dakwah Islam di Indonesia memiliki sejarah yang kaya, terkait erat dengan perkembangan sosial, budaya, dan politik masyarakatnya. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, dakwah memainkan peran krusial dalam mempertahankan nilai-nilai Islam dan membangun harmoni di tengah keragaman bangsa. Namun, tuntutan zaman kini membawa berbagai tantangan baru yang kompleks, mulai dari perubahan pola komunikasi hingga transformasi budaya akibat globalisasi.

Salah satu tantangan utama dakwah di era modern adalah adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan media. Media massa, seperti televisi, radio, dan internet, kinipun menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan dakwah. Namun, efektivitas tersebut memerlukan pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik masing-masing media serta kebutuhan audiens yang semakin beraneka ragam. Seperti yang diungkapkan oleh Uyuni (2023), untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap relevan dalam derasnya arus informasi, dakwah melalui media massa perlu dilaksanakan dengan strategi yang inovatif.

Di sisi lain, media sosial semakin menjadi platform penting untuk dakwah digital. Menurut survei APJII (2024), 79,5% penduduk Indonesia aktif menggunakan internet yang didalamnya termasuk media sosial, menjadikannya sebagai wadah potensial untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai

64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Namun, penggunaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri, termasuk disinformasi, polarisasi, dan dominasi konten negatif. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024) Penelitian oleh Hidayatu R. (2023) menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang kurang terencana seringkali gagal menarik perhatian audiens muda, yang merupakan kelompok mayoritas di platform-platform tersebut.

Selain itu, industri kreatif—seperti film dan musik—menawarkan peluang baru untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih inklusif dan universal. Produk kreatif yang menggabungkan nilai-nilai Islam dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang sebelumnya tidak mendapat akses ke pesan-pesan keislaman. Namun, kesuksesan dakwah melalui media ini sangat bergantung pada kemampuan para dai dalam memahami dinamika industri kreatif, sebagaimana dijelaskan oleh Widodo (2019).

Dalam menghadapi berbagai tantangan ini, penting untuk melakukan inovasi dalam pelatihan dan pengembangan kompetensi para dai. Modul pelatihan dakwah harus dirancang tidak hanya untuk memperkuat pemahaman teologis, tetapi juga untuk membekali dai dengan keterampilan komunikasi, teknologi, dan kreativitas. Menurut Mustofiyah, dkk., (2024), pelatihan dakwah yang inovatif dapat meningkatkan kepercayaan diri dai dalam menghadapi tantangan di era digital serta memaksimalkan penggunaan media sebagai sarana dakwah.

Bab ini bertujuan untuk mengulas strategi inovatif dalam pengembangan modul pelatihan dakwah, dengan fokus pada pentingnya peran media massa, media sosial, dan industri kreatif dalam mendukung penyebaran pesan-pesan dakwah. Selain itu, pembahasan ini juga akan mencakup tantangan yang dihadapi dalam produksi konten dakwah serta upaya untuk mengembangkan budaya dakwah melalui literasi di kalangan pendakwah milenial.

B. Media Massa dalam Penyebaran Pesan Dakwah di Indonesia

Media massa telah menjadi salah satu pilar penting dalam penyebaran pesan dakwah di Indonesia. Sebagai alat komunikasi yang

menjangkau khalayak luas, televisi, radio, dan internet memiliki peran strategis dalam memperluas cakupan dakwah, baik dari segi geografis maupun demografis. Namun, pemanfaatan media massa dalam konteks dakwah Islam juga menghadapi berbagai problematika yang menuntut strategi inovatif dan adaptasi.

1. Televisi sebagai Sarana Dakwah Visual

Televisi merupakan salah satu media massa yang paling berpengaruh di Indonesia. Program dakwah melalui televisi, seperti ceramah agama, diskusi interaktif, hingga sinetron bernuansa Islami, telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Menurut Survei Nielsen (2022), jumlah penonton televisi di Indonesia, baik analog maupun digital, meningkat tajam dari 58,9 juta menjadi 96 juta hingga Juli 2022, naik sekitar 70%, menjadikannya media yang sangat efektif untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman. (Ulfa Jainita, 2022)

Namun, televisi juga menghadapi tantangan signifikan. Kompetisi dengan program hiburan yang lebih menarik seringkali membuat acara dakwah kehilangan daya tarik. Selain itu, tekanan komersialisasi menyebabkan beberapa program dakwah menyesuaikan kontennya agar lebih "populer" daripada substantif. Penelitian oleh Wibowo (2020) menunjukkan bahwa banyak program televisi berlabel Islami lebih menonjolkan unsur hiburan dibandingkan edukasi agama.

2. Radio: Media Tradisional yang Tetap Relevan

Meskipun popularitasnya menurun dibandingkan era sebelumnya, radio tetap memiliki tempat di hati masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Stasiun radio berbasis komunitas seringkali digunakan sebagai sarana dakwah lokal yang kontekstual. Program seperti siaran ceramah, tanya jawab agama, dan pembacaan Al-Qur'an dapat menjangkau pendengar yang tidak memiliki akses internet atau televisi.

Namun, radio juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan format dan penurunan jumlah pendengar, terutama di kalangan generasi muda. Menurut penelitian oleh Reni (2021), pendengar radio

usia 18-35 tahun lebih memilih konten yang tersedia secara on-demand melalui podcast atau platform streaming. Oleh karena itu, radio harus bertransformasi untuk tetap relevan, misalnya dengan menyediakan rekaman siaran dalam format digital.

3. Internet: Era Baru Dakwah Digital

Internet telah mengubah cara dakwah dilakukan di Indonesia. Dengan lebih dari 210 juta pengguna internet aktif (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024), platform digital menjadi ruang baru untuk menyampaikan pesan dakwah. YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok telah dimanfaatkan oleh berbagai dai dan organisasi Islam untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Namun, dakwah melalui internet tidak lepas dari problematika. Salah satu isu utama adalah penyebaran konten dakwah yang tidak kredibel atau bahkan radikal, yang dapat merusak citra Islam. Menurut penelitian oleh Hamama (2024), sekitar 15% konten dakwah di media sosial tidak memiliki dasar keilmuan yang kuat, sehingga berpotensi menimbulkan misinformasi. Selain itu, persaingan dengan konten hiburan membuat banyak pendakwah kesulitan mendapatkan perhatian audiens.

Beberapa contoh kasus menunjukkan bagaimana media massa berhasil atau gagal dalam menyebarkan dakwah:

1) Televisi: Program seperti "Hafiz Indonesia" di RCTI berhasil mempopulerkan nilai-nilai Islam melalui kompetisi menghafal Al-Qur'an. Namun, acara lain seringkali lebih menonjolkan aspek hiburan ketimbang substansi. Maka sebaiknya jika televisi mengembangkan program dakwah yang menarik dan edukatif, bekerja sama dengan produser kreatif.
2) Radio: Radio Dakwah Islam (RDI) di Jakarta menjadi contoh keberhasilan radio dalam menyasar komunitas Muslim urban dengan program siaran yang relevan dan interaktif. Dan akan baik jika radio Memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan siaran, misalnya dengan menyediakan aplikasi streaming.

3) Internet: Channel YouTube Ustaz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, dan Buya Yahya telah berhasil menjangkau jutaan penonton dengan konten ceramah yang edukatif. Namun, banyak juga akun-akun dakwah yang menghadapi kritik karena pendekatan yang terlalu konfrontatif. Akan lebih efektif jika Meningkatkan literasi digital para dai agar mampu menghasilkan konten yang berkualitas dan kredibel.

Pemanfaatan media massa dalam dakwah bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga membangun kepercayaan dan relevansi di tengah masyarakat yang terus berubah.

C. Optimalisasi Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital

Media sosial telah mengubah cara komunikasi manusia secara fundamental, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter menawarkan peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, melintasi batas-batas geografis dan demografis. Namun, pemanfaatannya juga membawa tantangan yang kompleks, mulai dari persaingan dengan konten hiburan hingga ancaman misinformasi. (Uyuni, 2023)

1. Potensi Media Sosial untuk Dakwah

Media sosial memiliki sejumlah keunggulan yang dapat dimaksimalkan untuk dakwah, antara lain:

1) Jangkauan yang luas: Dengan lebih dari 210 juta pengguna internet di Indonesia, media sosial memungkinkan pesan dakwah disampaikan kepada khalayak yang sangat besar.
2) Interaktivitas: Fitur komentar, live streaming, dan pesan langsung memungkinkan interaksi dua arah antara dai dan audiens, memperkuat hubungan emosional dan intelektual.
3) Konten yang fleksibel: Berbagai format konten, seperti video pendek, infografis, dan tulisan, memberikan fleksibilitas bagi para dai untuk menyampaikan pesan sesuai dengan preferensi audiens.

Sebagai contoh, Ustaz Adi Hidayat dan Buya Yahya telah memanfaatkan platform YouTube untuk menyampaikan ceramah

yang edukatif dan mendalam, sementara tokoh seperti Ustaz Hilman Fauzi menggunakan TikTok untuk menyampaikan pesan singkat yang menarik perhatian generasi muda.

2. Strategi Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah

1) Memahami Karakteristik Audiens: Setiap platform media sosial memiliki demografi pengguna yang berbeda. Sebagai contoh, Instagram dan TikTok lebih populer di kalangan generasi muda, sementara Facebook lebih sering digunakan oleh generasi yang lebih tua. Dengan memahami karakteristik ini, dai dapat menyesuaikan gaya penyampaian pesan agar lebih relevan.
2) Membuat Konten yang Relevan dan Berkualitas: Konten yang menarik, relevan, dan autentik adalah kunci sukses dakwah di media sosial. Misalnya, penggunaan video pendek dengan narasi yang kuat, infografis dengan data akurat, atau kutipan inspiratif yang memotivasi audiens untuk berbuat baik. Penelitian oleh Hasanah et al. (2022) menunjukkan bahwa konten yang kreatif dan relatable memiliki peluang lebih besar untuk menjadi viral.
3) Memanfaatkan Fitur Platform secara Maksimal: Setiap platform memiliki fitur unik yang dapat digunakan untuk dakwah. Live streaming di Instagram atau YouTube dapat digunakan untuk sesi tanya jawab, sementara fitur "stories" di Instagram dan Facebook efektif untuk menyampaikan pesan singkat secara real-time.
4) Mengelola Komunitas Digital: Membangun komunitas online adalah salah satu cara untuk menjaga interaksi jangka panjang dengan audiens. Grup Facebook, channel Telegram, atau forum diskusi di WhatsApp dapat menjadi ruang bagi audiens untuk berdiskusi lebih dalam tentang materi dakwah.

3. Perancangan Silabus

Perancangan silabus konten dakwah di media sosial penting dilakukan oleh para dai yang concern dan mengembangkan dakwahnya di medsos. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap relevan dengan masyarakat modern. Langkah pertama adalah menetapkan tujuan yang jelas, seperti

menyampaikan nilai-nilai Islam secara menarik melalui berbagai format, seperti video, gambar, dan artikel. Selanjutnya, analisis audiens penting untuk mengetahui preferensi mereka, terutama generasi muda yang banyak aktif di media sosial. Tentunya hal ini harus disosialisasikan kepada para pengguna media sosial dan followers mereka sehingga pemahamannya lebih terarah.

Silabus ini mencakup pemilihan tema dasar seperti akhlak dan ibadah, serta topik-topik spesifik yang akan disampaikan setiap periode. Dengan format konten yang beragam, termasuk video, artikel, dan live streaming, serta teknik penyampaian yang sederhana dan interaktif, diharapkan dakwah dapat lebih mudah diterima. Evaluasi konten dan pengukuran dampaknya juga perlu dilakukan untuk memastikan efektivitas pesan dakwah. Pelatihan untuk pendakwah milenial terkait penulisan dan komunikasi digital menjadi bagian penting agar mereka mampu menghasilkan konten yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan audiens. (Uyuni, Soraya & Rodhiyana, 2023).

4. Tantangan dalam Dakwah di Media Sosial

1) Misinformation: Banyak konten yang tidak memiliki dasar keilmuan yang kuat, yang berpotensi menyesatkan audiens.
2) Kompetisi dengan Konten Hiburan: Konten dakwah seringkali kalah bersaing dengan konten hiburan yang lebih ringan dan menghibur.
3) Ancaman Polarisasi: Penyampaian pesan dakwah yang kurang bijak dapat memicu perdebatan negatif dan polarisasi di antara pengguna media sosial.

Menurut Ummah (2023), literasi digital di kalangan pendakwah sangat penting untuk mengatasi tantangan ini. Dai perlu memahami etika digital dan menggunakan strategi komunikasi yang inklusif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kelompok masyarakat.

Beberapa contoh keberhasilan dakwah melalui media sosial di Indonesia antara lain: Ustaz Abdul Somad (UAS) menggunakan

YouTube untuk menyampaikan ceramah agama dengan gaya yang menarik dan humoris, yang telah berhasil menjangkau jutaan penonton; Shift Community memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan Islami dengan desain visual yang menarik, yang berhasil menjangkau kalangan milenial dan Gen Z; dan Nussa Official animasi Islami yang populer di YouTube, yang berhasil mengedukasi anak-anak dengan pendekatan yang kreatif.

5. Rekomendasi untuk Optimalisasi Media Sosial

Untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam dakwah, berikut beberapa rekomendasi:

1) Mengadakan pelatihan digital untuk dai agar lebih memahami strategi konten dan algoritma media sosial.
2) Berkolaborasi dengan kreator konten untuk menghasilkan konten dakwah yang inovatif.
3) Membentuk tim khusus yang mengelola platform media sosial secara profesional.

D. Tantangan dalam Produksi Konten Dakwah di Platform Digital

Meskipun aksesibilitas platform beragam media social memberikan peluang besar, tantangan dalam produksi konten dakwah menjadi isu yang tidak dapat diabaikan. Konten dakwah harus mampu bersaing dengan beragam jenis konten hiburan, edukasi, dan informasi lainnya untuk menarik perhatian audiens online yang dinamis dan beragam. (Uyuni, 2023)

1) Persaingan dengan Konten Hiburan: Konten dakwah seringkali dianggap kurang menarik dibandingkan dengan video hiburan, musik, atau vlog. Survei Populix mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna media sosial di Indonesia mengakses konten hiburan, dengan 76% responden melaporkan mengonsumsi konten seperti musik, film, video, podcast, dan sebagainya. Konten lain yang banyak dicari mencakup review produk (67%), inspirasi kuliner (63%), dan berita viral (62%). (Data, 2024) Ini menunjukkan bahwa audiens Indonesia cenderung lebih tertarik pada konten hiburan dan gaya hidup, dibandingkan dengan konten edukatif atau religius.. Hal ini

memaksa para pendakwah untuk lebih kreatif dalam mengemas pesan agar tetap relevan dan menarik.

2) Memahami Karakteristik Audiens Digital: Audiens online memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan audiens dakwah tradisional. Mereka cenderung mencari konten yang singkat, informatif, dan menghibur. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi dai yang terbiasa dengan format ceramah panjang. Sebagai contoh, platform seperti TikTok dan Instagram Reels membutuhkan konten dengan durasi singkat yang mampu menyampaikan pesan secara efektif dalam hitungan detik.
3) Kendala Teknologi dan Sumber Daya: Produksi konten digital berkualitas memerlukan dukungan teknologi, seperti perangkat kamera, mikrofon, dan software pengeditan, yang tidak selalu tersedia bagi semua pendakwah. Selain itu, kurangnya keahlian teknis dalam pengeditan video, desain grafis, atau manajemen media sosial juga menjadi kendala yang signifikan.
4) Risiko Misinformasi dan Distorsi Pesan: Platform digital memungkinkan penyebaran pesan dakwah dengan cepat, tetapi juga membuka peluang bagi terjadinya misinformasi. Konten dakwah yang tidak didasarkan pada pemahaman keilmuan yang kuat dapat menimbulkan kesalahpahaman atau bahkan konflik. Selain itu, distorsi pesan dapat terjadi ketika audiens hanya menangkap sebagian dari keseluruhan konteks dakwah.
5) Polarisasi dan Komentar Negatif: Platform digital seringkali menjadi ruang yang penuh dengan polarisasi. Pesan dakwah yang tidak disampaikan dengan hati-hati dapat memicu perdebatan yang tidak produktif. Selain itu, dai juga harus menghadapi komentar negatif atau kritik pedas dari pengguna media sosial, yang dapat memengaruhi semangat mereka dalam berdakwah.
6) Konsistensi dan Keberlanjutan Konten: Membangun audiens yang loyal memerlukan konsistensi dalam produksi konten. Namun, banyak pendakwah menghadapi tantangan untuk tetap konsisten menghasilkan konten berkualitas di tengah keterbatasan waktu dan sumber daya.

Maka untuk bisa menghadapi tantangan tersebut dibutuhkan beragam strategi agar dakwah lebih efektif. Diantaranya adalah dengan memberikan pelatihan teknis kepada pendakwah tentang produksi video, pengeditan, dan strategi pemasaran digital; dengan berkolaborasi dengan kreator konten profesional untuk menghasilkan materi dakwah yang lebih menarik; dengan memanfaatkan format konten yang populer, seperti video pendek atau podcast, untuk menjangkau lebih banyak audiens; dan pastikan bahwa setiap konten dakwah didasarkan pada sumber yang sahih untuk menghindari misinformasi.

E. Dakwah dan Industri Kreatif

Industri kreatif di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat dan semakin menjadi salah satu pilar utama dalam menyampaikan nilai-nilai budaya, termasuk pesan-pesan keislaman. Dalam konteks ini, film dan musik memiliki peranan yang sangat penting dalam memperluas jangkauan dakwah Islam di tengah masyarakat yang beragam. Dengan pendekatan yang kreatif, dakwah menjadi tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan preferensi audiens modern.

1. Potensi Film dan Musik sebagai Media Dakwah

Film dan musik memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan secara emosional dan estetis, memungkinkan audiens untuk lebih mudah memahami dan meresapi nilai-nilai Islam. Berdasarkan penelitian Wibowo (2020), sekitar 78% masyarakat urban di Indonesia lebih memilih media visual dan audio sebagai sumber inspirasi religius dibandingkan ceramah konvensional.

Beberapa contoh film Islami seperti *Ayat-Ayat Cinta* (2008) dan *Ketika Cinta Bertasbih* (2009) berhasil menarik perhatian jutaan penonton sekaligus menyisipkan nilai-nilai Islam tentang cinta, keluarga, dan tanggung jawab sosial. Sementara itu, lagu-lagu bernuansa Islami oleh penyanyi seperti Maher Zain dan Sabyan Gambus juga menjadi fenomena populer, khususnya di kalangan generasi muda.

2. Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Film dan Musik

1) **Film**: Pesan-pesan Islam dalam film sering disampaikan melalui narasi cerita, karakter, atau simbol budaya yang akrab dengan kehidupan masyarakat. Contohnya, film *99 Cahaya di Langit Eropa* menggambarkan perjalanan seorang Muslim dalam memahami dan memperjuangkan nilai-nilai Islam di tengah kehidupan modern.
2) **Musik**: Musik Islami mengintegrasikan lirik yang memotivasi introspeksi spiritual dan penyembahan kepada Allah. Lagu seperti *Insya Allah* oleh Maher Zain dan *Deen Assalam* oleh Sabyan Gambus memiliki lirik yang mendalam dan mudah diterima oleh berbagai kalangan.

3. Tantangan dalam Dakwah melalui Industri Kreatif

Meskipun potensinya besar, dakwah melalui film dan musik menghadapi beberapa tantangan:

1) **Kritik atas Komodifikasi Agama**: Beberapa pihak menganggap bahwa penggunaan agama sebagai tema dalam film atau musik berisiko mengarah pada komersialisasi, yang dapat mengurangi esensi spiritual pesan tersebut.
2) **Kontroversi Isi dan Pesan**: Tidak semua produksi film dan musik Islami diterima dengan baik oleh masyarakat. Terkadang, interpretasi nilai-nilai Islam dalam karya kreatif dapat menimbulkan perbedaan pendapat di kalangan ulama dan masyarakat.
3) **Kompetisi dengan Konten Sekuler**: Film dan musik Islami seringkali harus bersaing dengan konten sekuler yang mendominasi pasar hiburan.

4. Peran Pemerintah dan Komunitas Kreatif

Untuk memaksimalkan potensi industri kreatif dalam dakwah, diperlukan dukungan dari berbagai pihak:

1) **Pemerintah**: Memberikan insentif bagi produksi film dan musik Islami yang berkualitas melalui kebijakan subsidi atau penghargaan.
2) **Komunitas Kreatif**: Mendorong sineas dan musisi untuk terus menciptakan karya yang relevan dan inspiratif, serta menjembatani dialog antara budaya populer dan ajaran Islam.

5. Rekomendasi untuk Integrasi Lebih Baik

1) **Kolaborasi Multidisipliner**: Melibatkan ulama, seniman, dan akademisi dalam produksi film dan musik untuk memastikan keseimbangan antara aspek religius dan artistik.
2) **Edukasi Audiens**: Menggunakan film dan musik sebagai alat edukasi untuk memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, termasuk non-Muslim.
3) **Platform Digital**: Memanfaatkan platform seperti Netflix, YouTube, dan Spotify untuk memperluas distribusi karya Islami.

F. Dakwah melalui Tulisan

Dakwah Islam di Indonesia saat ini semakin berkembang seiring dengan pesatnya perubahan teknologi dan media. Salah satu aspek penting dalam pengembangan dakwah adalah pemanfaatan tulisan, baik dalam bentuk artikel, blog, buku, maupun konten di media sosial. Pendakwah milenial memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan dan menyebarkan nilai-nilai Islam melalui tulisan yang relevan dan mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda. (Andini, dkk., 2023)

1. Peran Pendakwah Milenial dalam Literasi Dakwah

Pendakwah milenial memiliki potensi besar untuk mempengaruhi perubahan sosial melalui media tulisan. Generasi ini terbiasa dengan media digital dan platform sosial yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan pemikiran dan ajaran Islam dalam format yang lebih menarik dan mudah diakses. Melalui tulisan, pendakwah milenial dapat menghadirkan pendekatan yang lebih inklusif, menghindari konfrontasi, dan mengedepankan dialog

yang lebih bersifat edukatif. Dengan berbagai platform seperti blog, media sosial, dan platform berbagi tulisan lainnya, mereka memiliki kesempatan untuk menyebarluaskan konten dakwah yang membahas topik-topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti keluarga, pendidikan, sosial, dan politik, serta mengajak audiens untuk berpikir kritis dan reflektif mengenai nilai-nilai Islam.

2. Keunggulan Tulisan dalam Dakwah

1) Durabilitas dan Daya Sebar: Tulisan dapat bertahan lebih lama dibandingkan dengan media lain seperti video atau siaran langsung, dan lebih mudah dibagikan secara luas. Hal ini menjadikan tulisan sebagai alat dakwah yang efektif dalam menjangkau audiens lebih luas, baik yang berada di kota besar maupun daerah terpencil.
2) Ketersediaan Referensi yang Lengkap: Tulisan dapat menyertakan referensi yang lebih mendalam, seperti ayat-ayat Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama, yang memberikan pembelajaran lebih komprehensif kepada pembaca.
3) Interaktivitas dan Dialog: Tulisan memungkinkan pembaca untuk merenung dan berdiskusi lebih lanjut mengenai topik yang dibahas, memperdalam pemahaman, serta memungkinkan adanya feedback dari audiens yang dapat memperkaya materi dakwah.

3. Tantangan dalam Pengembangan Tulisan Dakwah di Kalangan Pendakwah Milenial

1) Kurangnya Pemahaman Mendalam tentang Islam: Tidak semua pendakwah muda memiliki pemahaman agama yang cukup mendalam dan matang untuk menulis konten dakwah yang tidak hanya menarik, tetapi juga akurat dan sesuai dengan ajaran Islam.
2) Sumber Daya Terbatas: Banyak pendakwah milenial yang tidak memiliki akses yang memadai ke referensi yang otoritatif, seperti kitab-kitab klasik atau karya-karya ilmiah modern, yang penting dalam memperkaya materi dakwah mereka.
3) Keterbatasan dalam Menulis Secara Sistematis: Sebagian besar pendakwah milenial lebih terampil dalam membuat konten yang

berbasis visual atau audio, sementara kemampuan menulis dengan sistematis dan analitis masih kurang berkembang. Hal ini berpotensi mengurangi kualitas dakwah berbasis tulisan.

4. Upaya Pengembangan Budaya Dakwah Melalui Tulisan

1) Pelatihan dan Workshop: Menyelenggarakan pelatihan menulis untuk pendakwah muda agar mereka dapat menulis dengan gaya yang menarik, ilmiah, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Program ini bisa melibatkan berbagai lembaga pendidikan dan ormas keagamaan.
2) Kolaborasi dengan Penerbit dan Media: Pendakwah milenial dapat bekerja sama dengan penerbit dan media massa untuk mempublikasikan karya tulis mereka dalam bentuk artikel, buku, atau kolom reguler yang membahas isu-isu sosial dan keagamaan.
3) Meningkatkan Akses ke Referensi Islam: Memperluas akses pendakwah muda ke referensi-referensi Islam yang lebih komprehensif dan otoritatif, baik melalui perpustakaan digital, seminar, maupun penelitian independen, untuk mendalami isu-isu agama secara lebih mendalam.
4) Kolaborasi antara Pendakwah Muda: Kolaborasi antara pendakwah muda, baik di dalam maupun luar negeri, untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam menulis dakwah. Ini dapat dilakukan melalui komunitas penulis atau forum diskusi.

5. Studi Kasus: Keberhasilan Dakwah melalui Tulisan oleh Pendakwah Milenial

Beberapa pendakwah milenial telah berhasil menggunakan tulisan sebagai alat dakwah yang efektif. Sebagai contoh, akun media sosial dan blog pribadi Ustadz Abdul Somad, yang sering menulis artikel tentang agama Islam dengan gaya yang mudah dipahami dan tetap mendalam, telah menjadi referensi bagi banyak orang. Di sisi lain, penulis muda seperti Habib Ja'far Al-Hadar, yang aktif menulis tentang tantangan Islam di dunia modern, juga menjadi inspirasi bagi generasi muda yang ingin memperdalam pengetahuan keagamaan mereka.

Pengembangan budaya dakwah melalui tulisan di kalangan pendakwah milenial memiliki peran penting dalam menyebarluaskan nilai-nilai Islam di Indonesia. Dengan memanfaatkan media digital dan platform sosial yang berkembang pesat, pendakwah muda dapat berperan sebagai agen perubahan yang menyebarkan pemahaman Islam yang inklusif, damai, dan relevan dengan kehidupan modern. Meskipun ada tantangan dalam hal pemahaman agama yang mendalam dan keterampilan menulis yang sistematis, upaya pelatihan dan peningkatan akses ke sumber daya yang tepat dapat membantu mengatasi hambatan tersebut. Pendakwah milenial harus terus berinovasi untuk mengoptimalkan tulisan sebagai media dakwah yang efektif dan berdampak.

G. Referensi

Andini, I. P., Hamida, F. N., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Dakwah Di Era Digital. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, *1*(2), 302-314.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.id. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

Data, G. (2024). *Konten Media Sosial Favorit Warga Indonesia - GoodStats Data*. GoodStats Data. https://data.goodstats.id/statistic/konten-media-sosial-favorit-warga-indonesia-ON7s9

Hamama, S. (2024). Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Tantangan dan Solusinya. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, *4*(2), 182-197.

HIDAYATU, R. (2023). *STRATEGI DAKWAH UNTUK GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITALISASI PADA KOMUNITAS YUK HIJRAH LAMPUNG MELALUI MEDIA SOSIAL* (Skripsi, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Ismail, A. I., & Uyuni, B. (2020). Theology to Technology; The Shift of Facilities Media Da'wa in Millennial Era. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, *7*(3), 445-463.

Mustofiyah, L., Rahmawati, F. P., & Ghufron, A. (2024). Pengembangan kurikulum berbasis stem untuk meningkatkan kompetensi siswa di

era digital: tinjauan systematic literature review. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *9*(03), 1-22.

Pratiwi, A. F. (2018). Film sebagai media dakwah Islam. *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, *2*(2).

Reni, N. Y. (2021). *RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI KASUS RADIO TSANIA FM PONDOK PESANTREN AL-HIKMAH 2 BENDA-SIRAMPOG-BREBES)* (Skripsi, IAIN Purwokerto).

Ulfa Jainita. (2022, July 21). *Riset Nielsen tunjukkan kenaikan jumlah penonton TV Indonesia*. Antara News; ANTARA. https://www.antaranews.com/berita/3010785/riset-nielsen-tunjukkan-kenaikan-jumlah-penonton-tv-indonesia#google_vignette

Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, *11*(1).

Uyuni, B. (2023). *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa.

Uyuni, B., & Adnan, M. (2024). Philosophical Foundations in Training Traditional Religious Educators: Bridging Past and Present. *Futurity Philosophy*, *3*(2), 40-65.

Uyuni, B., Al Adawiyah, R., Quddus, R., & Kasyifatudduja, K. (2024). Transformation of Dakwah MEDIA in Inspiring Muslimah in the Digital Era. *Al-Risalah: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, *15*(2), 711-730.

Uyuni, B., Soraya, S & Rodhiyana, M. (2023). The potential of daiyah (woman religious preachers) to harness the power of religious preaching on social media. *Jurnal Bina Ummat: Membina dan Membentengi Ummat*, *6*(2), 167-182.

Wibowo, A. (2020). Komodifikasi Agama: Studi Analisis terhadap Tampilan Agama di Media Televisi. *Edugama: Jurnal Kependidikan Dan Sosial Keagamaan*, *6*(1), 56-74.

Widodo, A. (2019). Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *1*(1), 49-65.

BAB 4

TOLERANSI DAN MASYARAKAT MULTIRELIGIUS

Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I

(Institut Ummul Quro Al-Islami, Bogor)

A. Pendahuluan

Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas (Shihab, 1992). Dakwah, sebagai bagian penting dari ajaran Islam, tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan wahyu dan nilai-nilai agama kepada umat Islam, tetapi juga berperan dalam membangun hubungan yang harmonis antarumat beragama. Namun, dalam masyarakat multireligius, dakwah menghadapi berbagai tantangan besar yang membutuhkan pendekatan yang bijaksana dan inklusif. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menyampaikan pesan agama dengan cara yang dapat diterima oleh semua pihak tanpa menimbulkan gesekan sosial. (Zamhari & Ibtissam, 2021)

Masyarakat multireligius, seperti Indonesia, dihuni oleh individu yang menganut agama dan kepercayaan yang berbeda-beda. Meskipun keragaman ini merupakan kekayaan budaya, namun ia juga menghadirkan tantangan besar dalam dakwah. Beberapa tantangan utama dalam dakwah di masyarakat multireligius antara lain: *Pertama*, sikap agresif para pemeluk agama dalam mendakwahkan agamanya. *Kedua*, adanya organisasi-organisasi keagamaan yang cenderung berorientasi pada peningkatan jumlah anggota secara kuantitatif

ketimbang melakukan perbaikan kualitas keimanan para pemeluknya. *Ketiga*, disparitas ekonomi antar para penganut agama yang berbeda. (Setiawati, 2012)

Di tengah tantangan yang ada, pesan toleransi menjadi sangat penting untuk menjaga kerukunan umat beragama dalam masyarakat multireligius. Pesan toleransi bukan hanya tentang saling menghormati, tetapi juga mengajak umat beragama untuk bersama-sama hidup berdampingan dengan damai dan saling mendukung meskipun memiliki perbedaan dalam hal keyakinan, budaya, dan tradisi.

1. Toleransi sebagai Pilar Kerukunan Sosial

Toleransi adalah nilai dasar yang mendukung kerukunan dalam masyarakat yang plural. Dalam konteks dakwah, penting untuk mengupayakan menciptakan keharmonisan di tengah-tengah masyarakat yang beragam dan tetap mampu mengendalikan diri dan bertoleransi terhadap segala bentuk perbedaan yang tidak mungkin disetarakan (Zaprulkhan, 2017). Islam, seperti agama-agama lain, mengajarkan tentang pentingnya kedamaian dan keharmonisan, yang menjadi landasan penting dalam membangun kerukunan antarumat beragama.

2. Penyampaian Pesan Toleransi Melalui Dakwah Inklusif

Dakwah inklusif merupakan dakwah yang menekankan pada pemahaman yang menerima keragaman, menerima perbedaan dalam hal toleransi dan perbedaan. Ini berarti dakwah harus mampu menyampaikan ajaran agama dengan cara yang tidak hanya menarik umat Islam, tetapi juga menghargai keyakinan dan tradisi agama lain. Pendekatan ini akan lebih mudah diterima di masyarakat multireligius, karena pesan yang disampaikan lebih bersifat persuasif dan tidak mengintimidasi sebagaimana pesan QS. Al-Baqarah ayat 256. Dakwah berbasis toleransi juga dapat membantu menghilangkan prasangka dan mengurangi potensi ketegangan sosial sesuai dengan QS. Al-Hujurat ayat 12. (Atmaja, 2020)

3. Peran Dialog Antar Agama dalam Membangun Toleransi

Salah satu cara untuk menyebarkan pesan toleransi adalah melalui dialog antaragama. Dialog ini memberikan kesempatan bagi umat beragama untuk saling bertukar pandangan dan memahami pandangan agama lain, serta mendiskusikan nilai-nilai yang dapat membangun kedamaian (Imronudin, 2021). Dialog ini merupakan strategi penting dalam menciptakan moderasi beragama dan mengatasi krisis toleransi yang dihadapi masyarakat multireligius. Pesan toleransi yang disampaikan dalam dialog antaragama seringkali lebih efektif dalam menjembatani kesenjangan pemahaman antar kelompok agama yang berbeda. Dialog yang dilakukan dengan cara yang baik dan bijaksana dapat menciptakan stabilitas sosial, mendorong masyarakat untuk hidup berdampingan secara harmonis meskipun terdapat perbedaan. (Z.Husna, 2022)

4. Mencegah Radikalisasi dan Ekstremisme

Pesan toleransi yang terkandung dalam dakwah yang moderat dapat mencegah radikalisasi dan ekstremisme. Dakwah inklusif dan moderat dapat membantu mencegah penyebaran ekstremisme. Dakwah yang mengedepankan nilai-nilai moderasi, toleransi, dan penghargaan terhadap keragaman dapat memberikan bekal yang kuat dalam menghadapi tantangan radikalisme (Budiman, Tajuddin, & Sansatyo, 2024). Dalam banyak kasus, ketidaktahuan atau pemahaman yang setengah-setengah tentang hakikat agama menyebabkan individu terjerumus ke dalam ajaran yang menganggap bahwa kekerasan atau intoleransi adalah jalan yang benar (Qardhawi, 1989). Dakwah yang berfokus pada toleransi dan moderasi membantu umat untuk lebih memahami ajaran agama yang sesungguhnya, yang mengajarkan kedamaian dan kerukunan, bukan kekerasan atau penindasan terhadap kelompok lain.

B. Konsep Toleransi dalam Islam

1. Dalil Al-Qur'an dan Hadis tentang toleransi

a. Surat al-Baqarah [2]: 256

لَآ اِكْرَاهَ فِى الدِّيْنِ ۗ قَدْ تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَّكْفُرْ بِالطَّاغُوْتِ وَيُؤْمِنْۢ بِاللّٰهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقٰى لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللّٰهُ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ

Artinya: *"Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. karena itu Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, Maka Sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang Amat kuat yang tidak akan putus. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui."* (QS. al-Baqarah [2]: 256)

b. Surat Al-Hujurat [49]: 10

اِنَّمَا الْمُؤْمِنُوْنَ اِخْوَةٌ فَاَصْلِحُوْا بَيْنَ اَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ

Artinya: *"orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat."* (QS. Al-Hujurat [49]: 10)

c. Surat Al-Hujurat [49]: 12

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّ ۖ اِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ اِثْمٌ وَّلَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبْ بَّعْضُكُمْ بَعْضًا ۗ اَيُحِبُّ اَحَدُكُمْ اَنْ يَّاْكُلَ لَحْمَ اَخِيْهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوْهُ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ تَوَّابٌ رَّحِيْمٌ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.* (QS. Al-Hujurat [49]: 12)

d. Dalil hadis

عَنْ بِنِ عَبَّاسٍ قَالَ: سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْأَدْيَانِ أَحَبُّ إِلَى اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ قَالَ: "الْحَنِيفِيَّةُ السَّمْحَةُ.

Artinya: *"Diriwayatkan dari Ibnu Abbas, ia berkata, 'Rasulullah saw ditanya, 'Agama mana yang paling dicintai oleh Allah 'Azza wa Jalla?' Beliau menjawab, 'Agama yang lurus dan toleran."* (HR Al-Bukhari)

إِنَّ الدِّينَ يُسْرٌ وَلَنْ يُشَادَّ الدِّينَ أَحَدٌ إِلَّا غَلَبَهُ

Artinya: *"Sesungguhnya agama itu mudah. Tidaklah seseorang mempersulit agama kecuali dia akan payah [semakin berat dan sulit]."* (HR Al-Bukhari).

يَسِّرُوْا وَلاَ تُعَسِّرُوْا وَبَشِّرُوْا وَلاَ تُنَفِّرُوْا بَشِّرُوا وَلاَ تُنَفِّرُوا وَيَسِّرُوا وَلاَتُعَسِّرُوا

Artinya: *"Mudahkanlah dan jangan kalian persulit, berilah kabar gembira dan janganlah kalian membuat orang lari. Berilah kabar gembira dan jangan kalian membuat orang lari. Mudahkanlah dan janganlah kalian persulit."* (HR Al-Bukhari dan Muslim).

2. Prinsip Islam rahmatan lil 'alamin.

Rahmatan lil'alamin adalah rahmat yang diberikan untuk semua makhluk yang berada di alam sekitar sehingga manusia sebagai makhluk harus saling menghargai satu sama lain untuk bisa mewujudkan kesejahteraan dalam hidup khususnya bagi makhluk itu sendiri dan alam semesta, meskipun makhluk hidup seperti hewan, tumbuhan, dan lain-lain tidak bisa berbicara, kita tidak boleh sewenang-wenang kepada makhluk tersebut karena mereka tidak memiliki akal dan pikiran seperti yang dimiliki oleh manusia.

Konsep *rahmatan lil-'alamin* merupakan landasan kultural ajaran Islam sebagaimana QS. al-Anbiya ayat 107. Konsep ini dapat dijadikan landasan pentingnya membangun dakwah inklusif yang menekankan pada: cinta dan kasih, toleransi dan dialog antar agama (Imronudin, 2021). Dengan menyampaikan pesan bahwa Islam adalah agama yang mengajarkan kedamaian dan saling menghormati,

dakwah dapat membantu masyarakat lebih memahami Islam yang sesungguhnya, jauh dari citra negatif yang sering digambarkan dalam media massa.

C. Hambatan Penguatan Pesan Toleransi

Toleransi adalah nilai fundamental dalam kehidupan bermasyarakat yang mengajarkan penghormatan terhadap perbedaan, baik itu perbedaan agama, ras, etnis, maupun pandangan hidup. Namun, dalam era digital yang didominasi oleh media sosial, penguatan pesan toleransi mengalami berbagai hambatan yang dapat menghambat tercapainya masyarakat yang lebih inklusif dan harmonis. Beberapa hambatan utama yang menghalangi penguatan pesan toleransi adalah penyebaran misinformasi, ujaran kebencian, serta fanatisme berlebihan yang memicu gesekan sosial.

1. Misinformasi dan Ujaran Kebencian di Media Sosial

Salah satu hambatan terbesar dalam menguatkan pesan toleransi adalah penyebaran misinformasi dan ujaran kebencian di media sosial. Misinformasi adalah informasi atau berita palsu yang sudah tersiar namun orang yang membagikannya tidak menyadari bahwa perbuatannya itu salah (Aziz & Dony Irawan, 2021). Sedangkan ujaran kebencian (*hate speech*) merupakan ujaran atau ekspresi verbal dan nonverbal yang digunakan untuk merendahkan, menindas, atau mempromosikan kekerasan terhadap seseorang atas dasar keanggotaan mereka dalam kelompok sosial atau etnis. (Sutantohadi, 2018)

Media sosial menjadi wadah bagi informasi untuk tersebar dengan cepat, namun tidak semua informasi yang beredar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Misinformasi, terutama yang terkait dengan isu agama, ras, dan identitas sosial lainnya, seringkali disebarkan dengan tujuan tertentu, seperti memperburuk citra kelompok tertentu atau menciptakan polarisasi dalam masyarakat. Misinformasi dapat mengambil berbagai bentuk, mulai dari berita bohong (*hoax*) yang sengaja dibuat untuk menggiring opini publik, hingga informasi yang hanya disebarkan karena kurangnya

pemahaman atau pengecekan sumber. Ada tiga cara yang dapat diupayakan untuk memerangi misinformasi di media sosial. *Pertama*, mendukung jurnalisme investigasi berbasis fakta. *Kedua*, mengurangi insentif finansial bagi para penyebar informasi palsu. *Ketiga*, meningkatkan kualitas literasi digital bagi para pengguna media sosial. (Tempo, 2021)

Selain itu, ujaran kebencian (*hate speech*) juga seringkali ditemukan di platform media sosial, di mana individu atau kelompok saling menyerang dan merendahkan kelompok lainnya berdasarkan perbedaan ras, agama, atau pandangan politik. Ujaran kebencian ini memperburuk hubungan antar kelompok sosial, menghambat terjadinya dialog yang konstruktif, dan memperlebar jurang perbedaan. Literasi digital sangat diperlukan guna melawan ujaran kebencian. Tidak cukup hanya menggunakan model *critical consuming*, *functional prosuming*, dan *critical prosuming* tetapi perlu ditambahkan *moral value*. (Muannas & Mansyur, 2020)

Literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat. (Setyaningsih, 2019)

Selain itu penegakan hukum harus ditegakkan terhadap pelaku *hate speech*. Hal ini karena *hate speech* dinyatakan sebagai tindak pidana yang berbentuk penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, provokasi, hasutan, dan penyebaran berita bohong. Bahkan sebagian mengartikan *hate speech* jika memuat ancaman nyata terhadap keamanan atau nyawa seseorang. Pemerintah dan lembaga terkait harus bekerja sama untuk memastikan bahwa ujaran kebencian yang beredar di media sosial ditindak dengan tegas. Beberapa negara sudah memiliki undang-undang yang mengatur penyebaran ujaran kebencian, namun penegakan hukum yang konsisten sangat diperlukan untuk mencegah penyebaran kebencian yang dapat merusak persatuan dan kesatuan bangsa. (Muannas & Mansyur, 2020)

2. Fanatisme Berlebihan yang Menimbulkan Gesekan Sosial

Selain misinformasi dan ujaran kebencian, fanatisme berlebihan juga merupakan hambatan signifikan dalam upaya menguatkan pesan toleransi. Fanatisme merujuk pada sikap atau pandangan yang sangat ekstrem terhadap suatu keyakinan atau kelompok, yang mengarah pada penolakan terhadap pandangan atau kelompok lain. Fanatisme adalah keyakinan atau kepercayaan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran. Dalam konteks ini, fanatisme seringkali berhubungan dengan agama, politik, atau identitas sosial tertentu. (Zulkarnain, 2020)

Fanatisme keagamaan sebenarnya menjadi salah satu tantangan bagi Islam dan agama-agama lain saat ini (Hanafi, 2018). Fanatisme agama memiliki dampak serius yang berujung pada meningkatnya jumlah gerakan-gerakan ekstremisme dan menyebabkan tindakan kekerasan atas nama agama. Hal ini bisa terjadi melalui: *Pertama* pendidikan, tempat guru termasuk penceramah agama sekaligus kurikulum keagamaan. *Kedua* media massa, ketika teks-teks berbau "demagog" atau hasutan, termasuk ujaran kebencian antar umat beragama, menjadi konsumsi sehari-hari. (Nurish, 2019)

Individu atau kelompok yang fanatik dalam keyakinan agamanya mungkin merasa bahwa ajaran atau pandangannya adalah satu-satunya yang benar (*claim of truth*), sehingga orang di luar pemahaman mereka adalah orang yang salah serta "harus diselamatkan" dengan jalan mengikuti apa yang mereka pahami tentang doktrin ajaran agama tersebut. Dalam gerakannya, kelompok ini seringkali melakukan dengan jalan radikal atau tindak kekerasan yang mengatasnamakan Tuhan. Hal ini dapat memperburuk gesekan sosial, menciptakan polarisasi, dan menghambat terciptanya dialog antar kelompok yang berbeda. (Rosidin, 2014)

Menciptakan ruang diskusi inklusif dan terbuka merupakan upaya untuk mengurangi fanatisme berlebihan dan memperkuat pesan toleransi. Masyarakat harus didorong untuk berbicara tentang perbedaan mereka dengan sikap saling menghargai dan mendengarkan. Dialog antar agama dapat membantu memperkecil jurang pemisah yang ada. (Hanafi, 2018)

Platform media sosial harus bertanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang tersebar di platform mereka tidak merusak keharmonisan sosial. Media sosial berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menyebarkan pesan positif dan meningkatkan kesadaran tentang kepentingan saling menghormati dan memahami antara satu sama lain (Syahirah, 2025). Ini bisa dilakukan dengan mengembangkan algoritma yang lebih baik untuk mendeteksi dan mengurangi misinformasi dan ujaran kebencian, serta memberikan edukasi kepada pengguna tentang pentingnya berpikir kritis dan menghargai perbedaan.

D. Strategi Dakwah Toleransi

Dakwah merupakan salah satu pilar penting dalam menyebarkan ajaran Islam dan memperkuat hubungan sosial antar umat beragama (Nurrofik, 2023). Dakwah toleransi merupakan perkembangan dari konsep dakwah kultural yang telah ada sebelumnya. Dakwah toleransi menekankan pada intensitas yang lebih besar dan lebih luas dengan mempertimbangkan bagaimana pesan Islam dapat disampaikan dalam situasi masyarakat yang beragam. Fokusnya adalah bagaimana mengkomunikasikan prinsip-prinsip Islam secara inklusif di tengah masyarakat plural, di mana tidak hanya budaya yang berbeda, tetapi juga keyakinan dan pandangan hidup yang beragam. Pemahaman ini menghindari hegemoni budaya dan menekankan pada nilai-nilai toleransi, saling menghormati, dan harmoni dalam rangka menciptakan ruang yang aman bagi semua kelompok budaya dan agama (Asyura, 2023). Dalam konteks Indonesia, yang merupakan negara dengan keberagaman agama, etnis, dan budaya, dakwah yang berbasis pada toleransi menjadi sangat penting untuk menjaga kedamaian dan harmoni sosial. Dua strategi yang efektif dalam memperkuat pesan toleransi adalah dakwah berbasis dialog antaragama dan penanaman nilai moderasi Islam atau wasathiyah dalam berbagai forum dakwah.

1. Dakwah berbasis dialog antaragama.

Dialog antaragama adalah dialog yang dilakukan dari pemeluk agama yang berbeda dengan pendekatan yang mengedepankan komunikasi dan interaksi antara individu atau kelompok serta

mengakui bahwa agama merupakan jalan-jalan yang sejajar. Dalam dakwah berbasis dialog antaragama, tujuan utamanya bukan untuk mengkonversi orang lain, tetapi untuk membangun pemahaman yang lebih baik, saling menghormati, dan mengurangi ketegangan yang mungkin timbul akibat perbedaan keyakinan (Imronudin, 2021). Pendekatan ini sangat relevan di Indonesia, yang dikenal dengan keragaman agama dan budaya.

Dakwah berbasis dialog antaragama dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain:

1) Pertemuan Lintas Agama: Forum pertemuan yang melibatkan tokoh agama dari berbagai latar belakang agama untuk berdiskusi tentang nilai-nilai universal seperti kedamaian, toleransi, dan keadilan. Dalam pertemuan semacam ini, masing-masing pihak dapat berbagi perspektif mereka mengenai bagaimana ajaran agama mereka mendorong rasa saling menghormati. Seperti yang dilakukan para pemuka agama yang melakukan pertemuan tokoh lintas agama yang digelar di halaman Masjid Istiqlal, Kamis (5/9/2024). Dalam pertemuan itu menghasilkan Deklarasi Istiqlal 2024 ini berisi diantaranya tentang peneguhan kerukunan umat beragama untuk kemanusiaan. (Kemenag.go.id, 2025)
2) Kolaborasi Sosial: Kolaborasi antara umat Islam dengan umat agama lain dalam proyek sosial seperti pendidikan, kesehatan, atau bantuan kemanusiaan dapat membangun saling pengertian dan menghormati antar kelompok agama yang berbeda. Ketika individu dan komunitas beragama mempraktikkan moderasi, mereka lebih mungkin untuk berkolaborasi dalam proyek proyek sosial, kemanusiaan, dan kegiatan komunitas yang bersama-sama mendukung kesejahteraan social (Fathurrohman, 2023). Kegiatan ini membantu mengurangi stereotip negatif dan meningkatkan ikatan antar individu.
3) Dialog Publik: Mengadakan seminar atau diskusi publik mengenai pentingnya toleransi antar agama di ruang publik. Dalam diskusi ini, pendakwah dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya

pluralisme dan bagaimana agama Islam mengajarkan penghargaan terhadap perbedaan.

Pendekatan dialog antaragama berperan besar dalam mengurangi ketegangan antar kelompok yang mungkin timbul akibat miskomunikasi atau ketidaktahuan tentang ajaran agama masing-masing. Dengan komunikasi yang terbuka dan saling mendengarkan, pesan toleransi dapat tersampaikan dengan lebih efektif.

2. Menanamkan nilai moderasi Islam di berbagai forum dakwah.

Wasathiyah atau moderasi Islam merupakan konsep yang mengajarkan umat Islam untuk menjalani kehidupan dengan cara yang seimbang, tidak ekstrem, dan tetap menghargai perbedaan. Wasathiyah mengedepankan prinsip-prinsip toleransi, keseimbangan, dan kedamaian dalam interaksi sosial, yang menjadi dasar penting dalam memperkuat pesan toleransi di masyarakat. Oleh karena itu, penanaman nilai wasathiyah dalam dakwah menjadi sangat penting untuk mengurangi radikalisme dan ekstremisme di kalangan umat Islam.

Beberapa strategi penanaman nilai wasathiyah dalam dakwah antara lain:

1) Pendidikan Agama yang Menekankan Toleransi: Dalam konteks dakwah, pendidikan agama yang menekankan moderasi Islam dapat dilakukan melalui pengajaran di pesantren, sekolah, atau lembaga pendidikan lainnya. Pendakwah dapat mengajarkan tentang pentingnya sikap toleransi dan saling menghormati antarumat beragama, serta bagaimana Islam mengajarkan keseimbangan dalam kehidupan sehari-hari. Sikap toleransi antarumat beragama seharusnya menjadi kesadaran bagi semua umat manusia. Sebab, dengan toleransi, kerukunan bisa terjalin, kedamaian bisa tercipta di mana-mana, hingga bisa meminimalisasi perilaku kontraproduktif terhadap kerukunan antaragama. Selain itu, persatuan antar manusia juga akan tercipta tanpa memandang latar belakang agama mereka masing-masing. (Zuhaili, 2000)
2) Penggunaan Media Sosial untuk Penyebaran Pesan Moderasi: Di era digital, media sosial menjadi salah satu saluran dakwah yang

sangat efektif. Pendakwah dapat memanfaatkan platform-platform digital untuk menyebarkan pesan-pesan moderasi Islam dan mengajak umat untuk tidak mudah terprovokasi oleh ajaran yang radikal atau intoleran. Konten-konten yang menampilkan sikap moderat dan inklusif dapat lebih mudah menyentuh audiens yang lebih luas. Hal ini bisa dilakukan adalah dengan penguatan moderasi beragama di media sosial seperti; kampanye sosial media disertai dengan kolaborasi bersama influencer, dakwah moderasi beragama melalui podcast, dan membuat inovasi aplikasi moderasi beragama berbasis playstore di smartphone (Muhammad Daud & Iqbal, 2023). Bukti konkret keberhasilan podcast sebagai media penyebaran moderasi beragama adalah konten podcast Log-in. Podcast yang digawangi Ja'far al Hadar dan Onadio Leonardo ini mengusung tema dialog cinta. Model dialog antar umat beragama merepresentasikan keunikan dan kekinian atas komitmen dialog antaragama di media sosial demi perdamaian antar umat beragama. Acara tersebut terbukti sukses menarik minat generasi muda dan telah mendapatkan puluhan juta penonton dari setiap episode penayangannya. (Muhammad & Muhammad Hirzy, 2024)

3) Pemimpin Agama sebagai Teladan: Ulama atau pemimpin agama memiliki peran besar dalam menyampaikan nilai-nilai wasathiyah kepada masyarakat. Dalam berdakwah, seperti yang telah dicontohkan oleh Sunan Kudus misalnya, berupaya mendekati masyarakatnya melalui simbol-simbol Hindu dan Budha. Hal itu terlihat dari gaya arsitektur Masjid Kudus, bentuk menara, gerbang dan pancuran wudhu di Kudus. Demikian juga apa yang dicontohkan oleh Sunan Kalijaga sangat toleran pada budaya lokal (Anwar & Afdhillah, 2016). Paus Yohanes Paulus II sebagai pemimpin agama juga memainkan peran penting dalam proses pembangunan perdamaian di Amerika Tengah dan Timur Tengah selama masa pemerintahannya. Dalai Lama juga memainkan peran sebagai pembela hak asasi manusia dan perdamaian dunia, terutama dalam konteks konflik Tibet dengan Tiongkok (Siahaya, 2023). Agama bisa menjadi sumber inspirasi untuk perdamaian

dan toleransi, tetapi juga dapat digunakan untuk membenarkan konflik dan kekerasan.

E. Referensi

Anwar, M., & Afdhillah, M. (2016). Peran Ulama Di Nusantara Dalam Mewujudkan Harmonisasi Umat Beragama. *Fikrah : Jurnal Aqidah dan Studi Keagamaan*, 85.

Asyura, K. (2023). Pentingnya Dakwah Multikultural Di Indonesia. *Universal grace Journal*, 305.

Atmaja, A. K. (2020). Merespon Persoalan Kontemporer dengan Dakwah Inklusif sebagai Komunikasi Humanis. *Mawa'izh : Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan 11 no. 2*, 152.

Aziz, F., & Dony Irawan, A. (2021). Penerapan Hukum Pidana Penyebaran Berita Hoax Melalui Media Sosial Era Pandemi Covid-19. *Media of Law and Sharia 2, no. 4*, 35.

Budiman, A., Tajuddin, M., & Sansatyo, M. (2024). Menanggulangi Ekstremisme Melalui Pendidikan Agama : Strategi Untuk Mendorong Moderasi Di Sekolah. *Aksiologi : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial 5 no. 1*, 35.

Fathurrohman. (2023). Pembentukan Harmoni Sosial Melalui Implementasi Moderasi Beragama. *Proceedings of Annual Conference For Muslim Schoolars* (p. 560). Jakarta: Kopertais.or.id.

Hanafi, I. (2018). Agama Dalam Bayang-Bayang Fanatisme : Sebuah Upaya Mengelola Konflik Agama. *TOLERANSI*, 50.

Imronudin. (2021). *Pendidikan Inter-Religius Perspektif Al-Qur'an* . Bekasi: Bahana Cerdas Hati.

Kemenag.go.id. (2025, Januari 5). *Nasional : Kemenag.go.id*. Retrieved from Kemenag.go.id: Kemenag, "Bertemu Paus Frasiskus, Tokoh Lintas Agama Bacakan Deklarasi Istiqlal," https://khttps://kemenag.go.id/nasional/bertemu-paus-frasiskus-tokoh-lintas-agama-bacakan-deklarasi-istiqlal-PKQGN.

Muannas, & Mansyur, M. (2020). Model Literasi Digital Untuk Melawan Ujaran Kebencian di Media Sosial (Digital Literacy Model to Counter Hate Speech on Social Media. *IPTEKKOM* , 142.

Muhammad Daud, S., & Iqbal, B. (2023). Strengtening Religious Moderation in Social Media to Fight Online Radicalism. *Indonesian Journal of Islamic Education and Local Culture*, 80.

Muhammad, R., & Muhammad Hirzy, H. (2024). Interreligious Dialogue to The Recognition of Religious : An Analysis of Habib Ja'far Al Hadar Interreligious Dialogue on Log-In Content. *Penamas*, 235.

Nurish, A. (2019). Dari Fanatisme Ke Ekstremisme : Ilusi, Kecemasan dan Tindakan Kekerasan. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 34.

Nurrofik, H. (2023). Peran Dakwah dalam Mengatasi Tantangan Sosial dan Kultural di Indonesia. *Relinessia : Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, 75.

Qardhawi, Y. (1989). *Islam Ekstrem Analisis dan Pemecahannya.* Bandung: Mizan.

Rosidin. (2014). Sufisme Perkotaan dan Nalar Beragama Inklusif. *Analisa : Journal Of Social Science and Religion*, 2.

Setiawati, N. (2012). Tantangan Dakwah Dalam Perspektif Kerukunan Antar Umat Beragama. *Dakwah Tabligh 13 No. 2*, 260.

Setyaningsih, R. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *ASPIKOM*, 1200.

Shihab, M. Q. (1992). *Membumikan Al-Qur'an.* Bandung: Mizan.

Siahaya, J. (2023). Interfaith Dialogue in The Context of Globalization : The Role of Religion in International Diplomacy. *International Journal of Science and Society*, 864.

Sutantohadi, A. (2018). Bahaya Berita Hoax dan Ujaran Kebencian Pada Media Sosial Terhadap Toleransi Bermasyarakat. *DIKEMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 1 no. 1*, 1-5.

Syahirah, N. (2025). Perananan Media Sosial Dalam Memupuk Toleransi Daan Keharmonisan Antara Masyarakat.

Tempo. (2021, November 07). *Tempo. : Digital.* Retrieved from Tempo.co: "Misinformasi di Media Sosial dan Cara untuk Mehttps://www.tempo.co/digital/misinformasi-di-media-sosial-dan-cara-untuk-mengatasinya-456976

Z.Husna, H. (2022). Moderasi Beragama Perspektif Al-Qur'an Sebagai Solusi Terhadap Sikap Intoleransi. *Al-Mutsla 4 No. 1*, 52.

Zamhari, A., & Ibtissam, M. (2021). Traditional Religious Authorities in New Media : A Study of The Cariustadz.Id Platform as An Alternative Cyber Fatwa and Da'wah Media Among the Middle-Clas Urban Muslims. *UIN Syarif Hidayatullah 21 No. 1.*

Zaprulkhan. (2017). Dakwah Multikultural. *Mawa'izh : Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan 8 No. 1*, 177.

Zuhaili, W. (2000). *Tafsir Munir Fil Aqidah Wasy Syariah Wal Manhaj*. Damaskus, Beirut: Daarul Fikr.

Zulkarnain. (2020). Pengaruh Fanatisme Keagamaan Terhadap Perilaku Sosial. *Kontekstualita*, 35.

PIMPINAN WILAYAH
MUSLIMAT NAHDLATUL ULAMA
DKI JAKARTA

BAB 5

DAKWAH BIL HAAL

Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si.

(STAI Luqman Al-Hakim Surabaya)

A. Pendahuluan

Dakwah bil haal, atau dakwah melalui tindakan nyata, merupakan salah satu pendekatan dakwah yang menekankan praktik langsung ajaran Islam melalui perbuatan yang memberikan manfaat kepada masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama melalui kata-kata, tetapi juga membuktikan keindahan dan keutamaan ajaran Islam melalui aksi nyata yang dirasakan oleh umat. Dakwah bil haal mencakup berbagai aspek, seperti pendidikan, pemberdayaan ekonomi, kesehatan, serta kegiatan sosial yang bertujuan untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi masyarakat.

Dalam konteks masyarakat modern, di mana tantangan sosial semakin kompleks dan kesenjangan sosial masih menjadi isu utama, dakwah bil haal hadir sebagai bentuk dakwah yang relevan dan efektif. Dengan mengedepankan solusi praktis dan aksi nyata, dakwah bil haal mampu menyentuh langsung kebutuhan masyarakat, sehingga memperkuat relevansi Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* yang memberikan kebermanfaatan universal.

Efektivitas dakwah *bil haal* sebagai bentuk dakwah nyata dapat dilihat dari dampak positif yang ditimbulkannya, seperti meningkatnya kesadaran sosial, terbangunnya solidaritas antarumat, dan terciptanya perubahan sosial yang konstruktif. Pendekatan ini juga memiliki keunggulan dalam membangun kepercayaan dan hubungan emosional yang lebih kuat dengan masyarakat dibandingkan dakwah *bil lisan* semata.

Oleh karena itu, pembahasan mengenai efektivitas dakwah bil haal menjadi sangat penting untuk dilakukan, terutama dalam menggali perannya dalam menjawab kebutuhan masyarakat modern. Dengan memahami konsep, strategi, dan dampaknya, diharapkan dakwah *bil haal* dapat terus dikembangkan sebagai pendekatan yang tidak hanya memberikan manfaat duniawi, tetapi juga menjadi sarana untuk mendekatkan masyarakat kepada nilai-nilai agama yang luhur.

B. Konsep dasar Dakwah Bil Haal

1. Definisi Dakwah Bil Haal

Dakwah *bil haal* merupakan pendekatan dakwah yang dilakukan melalui tindakan nyata, bukan hanya penyampaian pesan secara verbal. Konsep ini berakar pada prinsip bahwa perbuatan seseorang dapat menjadi contoh yang lebih kuat dan efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Dakwah bil haal mencakup berbagai aktivitas yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, seperti aksi sosial, pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kegiatan kemanusiaan. Pendekatan ini menekankan pentingnya keberlanjutan dan dampak positif dalam kehidupan sehari-hari, sehingga nilai-nilai Islam dapat diwujudkan dalam praktik, bukan sekadar dalam teori.

2. Relevansi Dakwah Bil Haal dalam Konteks Modern

Dalam era modern, dakwah *bil haal* memiliki relevansi yang sangat signifikan. Tantangan global seperti kemiskinan, ketidaksetaraan, konflik sosial, dan perubahan iklim membutuhkan respons yang tidak hanya retorik, tetapi juga berbasis aksi nyata. Beberapa relevansi utama dakwah *bil haal* dalam konteks saat ini meliputi:

Mengatasi Tantangan Sosial: Dakwah *bil haal* menawarkan solusi langsung terhadap masalah-masalah sosial, seperti memberikan akses pendidikan bagi yang kurang mampu, menyediakan layanan kesehatan, atau membantu pemberdayaan ekonomi masyarakat marginal.

Membangun Citra Islam yang *Rahmatan Lil 'Alamin*: Dalam dunia yang semakin terhubung, Islam sering disalah pahami. Dakwah *bil haal* menjadi sarana untuk menunjukkan wajah Islam yang damai, inklusif, dan penuh kasih melalui tindakan nyata yang bermanfaat bagi semua kalangan, tanpa memandang agama, ras, atau suku.

Efektivitas dalam Penyebaran Nilai Islam: Dalam masyarakat modern yang cenderung sibuk dan skeptis terhadap retorika verbal, tindakan nyata lebih mudah diterima dan dipahami. Contoh konkret dari ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan kedermawanan, dapat lebih efektif daripada sekadar ceramah atau pidato.

Kolaborasi dengan Teknologi: Kemajuan teknologi memungkinkan dakwah *bil haal* dilakukan dengan jangkauan lebih luas. Platform digital dan media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan sosial, menggalang dukungan, dan memperluas dampak aksi dakwah.

Dengan pendekatan dakwah *bil haal*, Islam dapat ditampilkan sebagai agama yang memberikan solusi nyata bagi tantangan kontemporer, sekaligus membawa manfaat yang nyata bagi kehidupan masyarakat luas.

3. Prinsip Dakwah Bil Haal

Dasar Teologis dan Hadis tentang Dakwah melalui Perbuatan. Dakwah bil haal berakar pada ajaran Islam yang menekankan pentingnya amal nyata sebagai bentuk implementasi dari keimanan. Berikut adalah beberapa dasar teologis:

QS. Al-Ma'un: 1-7.[1] Ayat ini menekankan pentingnya membantu orang miskin, menyantuni anak yatim, dan memberikan manfaat kepada sesama sebagai tanda nyata dari keimanan yang benar.

[1] Surat dan ayat ini menjadi pegangan salah satu ormas Islam terbesar di Indonesia dalam mengembangan program sosial. (Quraish Shihab, Membumikan Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat, 2002, Bandung: Mizan, hlm. 25-26).

QS. Al-Baqarah: 195.[2] *"Dan berbuat baiklah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."* Ayat ini menggarisbawahi perintah untuk terus berbuat baik kepada orang lain.

Hadis Nabi Muhammad SAW bersabda: *"Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah."* (HR. Bukhari dan Muslim)[3]. Hadis ini mengajarkan pentingnya memberi manfaat kepada orang lain sebagai wujud dakwah melalui amal.

Contoh Dakwah Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai sosok yang tidak hanya berdakwah dengan kata-kata, tetapi juga melalui teladan perbuatan. Contohnya, beliau membantu tetangganya yang membutuhkan tanpa memandang agama atau status sosial.

4. Perbedaan Dakwah Bil Haal dan Dakwah Bil Lisan

Aspek	Dakwah Bil Haal	Dakwah Bi Lisan
Metode	Melalui tindakan nyata yang memberi manfaat langsung, seperti aksi sosial dan pemberdayaan.	Melalui penyampaian verbal, seperti ceramah, khutbah, atau pengajaran.
Khalayak	Cocok untuk masyarakat yang lebih terpengaruh oleh contoh nyata dan aksi konkret.	Diperuntukkan bagi masyarakat yang memiliki kemampuan untuk memahami pesan verbal secara langsung.
Konteks	Menekankan pada perubahan sosial dan solusi praktis atas masalah masyarakat.	Fokus pada pengajaran, pencerahan, dan transformasi spiritual.

[2] Assegaf, M., Dakwah dan Perubahan Sosial, 2015, Jakarta: Kencana, hlm. 78

[3] (Nata, A., Metodologi Dakwah, 2011, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm. 45).

Hadist ini juga menjadi pegangan semua ormas Islam dalam mengembangkan Lembaga sosial dan Lembaga Amil Zakat lainnya.

Keberlanjutan	Dampaknya sering terlihat dalam jangka panjang melalui program yang berkelanjutan.	Dampaknya langsung terasa pada aspek keimanan dan pemahaman agama individu.
Fokus utama	Memberikan contoh nyata atas ajaran Islam, seperti berbagi dan kepedulian.	Mengajarkan nilai-nilai Islam secara eksplisit melalui dialog dan nasihat.

Dakwah bil haal lebih menonjolkan aspek "menghidupkan" ajaran Islam melalui tindakan nyata, sedangkan dakwah bil lisan berfokus pada penyampaian pesan secara verbal. Keduanya saling melengkapi, dengan dakwah bil haal berfungsi sebagai bukti konkret dari nilai-nilai yang diajarkan melalui dakwah bil lisan.

C. Studi Kasus Penerapan Dakwah bil haal

Berikut adalah contoh penerapan dakwah bil haal yang dapat digunakan sebagai referensi:

1. Studi Kasus Kegiatan Sosial

Pendidikan Gratis: Sebuah yayasan Islam mendirikan sekolah gratis untuk anak-anak dari keluarga kurang mampu. Kurikulum sekolah tersebut mengintegrasikan pendidikan agama dengan pelajaran umum untuk membentuk generasi yang berilmu dan berakhlak. *Contoh:* Program pendidikan gratis seperti yang dilakukan oleh lembaga seperti Rumah Zakat atau Dompet Dhuafa.[4]

Bakti Sosial: Pelaksanaan kegiatan seperti distribusi makanan, pakaian, dan kebutuhan pokok bagi masyarakat miskin, terutama saat bulan Ramadhan atau ketika terjadi bencana. *Contoh:* Program dapur umum atau distribusi sembako oleh organisasi keagamaan.

Pemberdayaan Ekonomi: Lembaga sosial memberikan pelatihan keterampilan, seperti menjahit, bertani, atau membuat

[4] Studi kasus program pendidikan gratis di Indonesia oleh lembaga seperti Dompet Dhuafa menunjukkan dampak positif terhadap generasi muda. (Laporan Tahunan Dompet Dhuafa, 2020, hlm. 15).

kerajinan, disertai bantuan modal usaha kecil untuk menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat. *Contoh:* Program pemberdayaan ekonomi oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)[5].

Studi Kasus dakwah bil haal bisa kita lihat di wilayah RW.02 Kelurahan Rangkah, Tambaksari, Surabaya. Berbagai kegiatan di wilayah tersebut telah dilakukan menjadi salah satu metode yang diandalkan untuk memperbaiki kondisi sosial masyarakat. Beberapa langkah konkret yang dilakukan dengan basis dakwah bil haal yang dilakukan oleh pengurus RW dan staf adalah:

Program Kebersihan Lingkungan: Komunitas Islam setempat rutin mengadakan kegiatan gotong royong membersihkan lingkungan. Bantuan Ekonomi: bantuan modal alat menjahit dari pemerintah, diberikan pelatihan keterampilan seperti menjahit dan memasak diberikan untuk memberdayakan ibu rumah tangga. Penguatan UMKM offline dan penguatan UMKM secara online dengan membentuk group WA pasar berkah RW.02 yang telah berjalan tiga tahun lebih. Pemberian Bantuan Sosial: Santunan kepada anak yatim dan keluarga kurang mampu menjadi agenda rutin kampung yang dikelola juga oleh pengurus kampung.

2. Peran Organisasi Islam dan Lembaga Sosial dalam Dakwah Nyata;

Organisasi Islam: Organisasi seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) aktif dalam menjalankan dakwah bil haal dengan membangun rumah sakit, sekolah, dan universitas. Layanan ini tidak hanya untuk umat Islam, tetapi juga terbuka bagi semua kalangan masyarakat. *Contoh:* Rumah Sakit PKU Muhammadiyah atau Universitas Islam Negeri (UIN).

Lembaga Sosial: Lembaga sosial Islam seperti Aksi Cepat Tanggap (ACT) menjalankan program-program seperti Humanity

[5] Laporan tahunan BAZNAS menunjukkan peningkatan keberhasilan program pemberdayaan ekonomi berbasis zakat (BAZNAS, Program Pemberdayaan Ekonomi 2021, hlm. 34).

Care, yang mencakup pembangunan infrastruktur air bersih dan pemberian bantuan pangan di wilayah-wilayah yang membutuhkan.*Contoh:* Program Wakaf Sumur untuk daerah kekeringan.

3. Penguatan melalui Teknologi dan Kolaborasi:[6]

Teknologi digunakan untuk memperluas jangkauan dakwah bil haal, misalnya melalui platform crowdfunding untuk menggalang dana sosial. Kolaborasi antara lembaga sosial, komunitas lokal, dan pemerintah untuk menjalankan program-program yang berdampak lebih luas dan efektif. Penerapan dakwah bil haal ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, tetapi juga menjadi wujud nyata ajaran Islam tentang rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil 'alamin*).

D. Strategi untuk mengoptimalkan dakwah bil haal,

Strategi untuk mengoptimalkan dakwah bil haal, yaitu dakwah melalui tindakan nyata, dapat ditingkatkan dengan beberapa langkah strategis, antara lain:

Kolaborasi dengan Komunitas Lokal: Membangun kemitraan dengan komunitas lokal seperti lembaga sosial, organisasi keagamaan lainnya, atau lembaga pemerintah yang memiliki tujuan yang sejalan dengan nilai-nilai dakwah. Melalui kolaborasi ini, pendakwah dapat lebih mudah memahami masalah-masalah yang dihadapi oleh komunitas lokal dan merancang program dakwah yang relevan dan efektif.

Membangun Aksi Nyata Berkelanjutan: Fokus pada pembangunan dan implementasi program-program yang konkret dan berkelanjutan. Misalnya, program-program pendidikan, sosial, kesehatan, atau ekonomi yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Program-

[6] Rumah Zakat dan Dompet Dhuafa adalah contoh nyata organisasi yang berhasil mengintegrasikan dan mengolaborasi nilai dakwah bil haal dalam program mereka. (Laporan Tahunan Rumah Zakat, 2019, hlm. 22).

program ini harus dirancang agar tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk memperbaiki kondisi mereka secara berkelanjutan.

Berfokus pada Dampak Positif: Menekankan pada hasil dan dampak positif yang dapat diukur dari kegiatan dakwah. Misalnya, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan kesadaran keagamaan, atau memperkuat nilai-nilai moral dalam masyarakat.

Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial: Menggunakan teknologi dan media sosial untuk menyebarkan pesan dakwah dan membangun kesadaran tentang program-program yang dilaksanakan.Memanfaatkan platform online untuk menggalang dukungan, menyebarkan informasi, dan mengundang partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah yang dilakukan.

Evaluasi dan Penyesuaian Berkelanjutan: Melakukan evaluasi terhadap setiap program yang dilaksanakan untuk mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, dan peluang perbaikan.Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, melakukan penyesuaian strategi agar dapat meningkatkan efektivitas dakwah bil haal di masa mendatang.

Dengan menerapkan strategi ini secara komprehensif, dakwah bil haal dapat lebih diintegrasikan dalam kehidupan masyarakat lokal dan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup serta kesadaran keagamaan.

E. Efektifitas Dakwah Bil Haal

Dakwah bil haal sebagai bentuk dakwah nyata telah terbukti efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui tindakan konkret yang memberikan dampak langsung bagi masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya menghadirkan solusi terhadap berbagai tantangan sosial, seperti kemiskinan, ketimpangan ekonomi, dan kebutuhan akan pendidikan, tetapi juga mampu menunjukkan wajah Islam yang damai, inklusif, dan membawa manfaat bagi semua kalangan.

Keunggulan dakwah bil haal terletak pada kemampuannya untuk menyentuh aspek praktis kehidupan masyarakat. Dengan memberikan contoh nyata, pendekatan ini dapat membangun kepercayaan, solidaritas,

dan rasa kepemilikan bersama terhadap nilai-nilai Islam. Di tengah kompleksitas tantangan global, dakwah bil haal menjadi relevan sebagai sarana dakwah yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan solutif.

Namun, keberhasilan dakwah bil haal memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk individu, organisasi keagamaan, lembaga sosial, dan pemerintah, agar dampaknya dapat dirasakan lebih luas dan berkelanjutan.

F. Referensi

QS. An-Nahl: 125: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik..."

Hadis riwayat Bukhari: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain."

Sumber Utama (Al-Quran dan Hadis) Al-Quran: QS. Al-Ma'un: 1-7 QS. Al-Baqarah: 195, QS. An-Nahl: 125

Hadis Nabi Muhammad SAW: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain." (HR. Ahmad, Thabrani)

"Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah." (HR. Bukhari dan Muslim).

Buku dan Artikel:

Assegaf, M. (2015). *Dakwah dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Kencana.

Quraish Shihab, M. (2002). *Membumikan Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.

Nata, A. (2011). *Metodologi Dakwah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Fathi Yakan. (2001). *Apa Artinya Saya Muslim?*. Jakarta: Robbani Press.

Sumber Online

Majelis Ulama Indonesia (MUI). Artikel tentang dakwah bil haal. Diakses dari: https://mui.or.id.

Dompet Dhuafa. Informasi kegiatan sosial Islam. Diakses dari: https://dompetdhuafa.org.

Aksi Cepat Tanggap (ACT). Program Humanity Care. Diakses dari: https://act.id.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Program pemberdayaan ekonomi. Diakses dari: https://baznas.go.id.

Referensi Teknologi dan Media

Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Chaallenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Jurnal Ilmiah:

Hidayatullah, A. (2017). "Strategi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2), 123-134.

Rahmat, J. (2019). "Dakwah Bil Haal: Pendekatan Praktis dalam Dakwah Islam di Masyarakat." *Journal of Islamic Studies and Society*, 7(1), 45-56.

Malik, A. (2020). "Peran Dakwah Bil Haal dalam Transformasi Sosial." *Jurnal Al-Bayan*, 8(3), 201-210.

Sumber Online:

Artikel mengenai peran dakwah bil haal di komunitas lokal diakses melalui situs MUI Online.

Panduan praktis dakwah melalui aksi nyata, tersedia di Dompet Dhuafa.

BAB 6

DAKWAH PERSUASIF DAN DAKWAH KONFRONTATIF

M. Khuzaefi, S.Kom.I

(KUA Kecamatan Selong Kementerian Agama Kab. Lombok Timur)

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada manusia untuk menjalankan ajaran Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis. Dakwah adalah tugas mulia yang bertujuan untuk membimbing umat menuju jalan kebenaran. Dakwah juga merupakan upaya menyampaikan ajaran agama Islam kepada orang lain dengan tujuan mengajak mereka kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang artinya "seruan". Dalam kajian semantik dakwah yang dapat kita jumpai pada buku Ilmu Dakwah Edisi Revisi yang ditulis oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag. menyebutkan bahwa secara bahasa dakwah mengandung makna memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendoakan, menangisi dan meratapi. Dan di dalam buku tersebut juga menyebutkan ada sepuluh makna dakwah dalam Al-Qur'an, yaitu: (1) Mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun kemusyrikan, kepada jalan ke surga atau ke neraka. Makna ini paling banyak dijumpai dalam Al-Quran sebanyak 46 kali, diantaranya dalam surat Al-Baqarah ayat 221. (2) Doa, ditemukan dalam surat Ali-Imran ayat 38. (3) Mendakwa atau menganggap tidak baik, ditemukan dalam surat Maryam ayat 91. (4) Mengadu, dalam surat Al-Qamar ayat 10. (5) Memanggil atau panggilan, dalam surat Ar-Ruum ayat 25. (6) Meminta, dalam surat Shad ayat 51. (7) Mengundang, dalam surat Al-Qashas ayat 25. (8) Malaikat israfil sebagai penyeru, dalam surat Taha ayat 108. (9)

Panggilan nama atau gelar, dalam surat An-Nuur ayat 63. Dan (10) Anak angkat, dalam surat al-ahzab ayat 4.

Definisi dakwah selain dari segi makna kata, juga dapat dilihat dari pemaknaannya secara istilah yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya:

1) Abu Bakar Zakaria, dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.
2) Syaikh Ali bin Shalih Al-Mursyid, dakwah adalah sistem yang berfungsi menjelaskan kebenaran, kebajikan, dan petunjuk (agama), sekaligus menguak berbagai kebatilan beserta media dan metodenya melalui sejumlah teknik, metode, dan media yang lain.
3) Syaikh Muhammad Al-Khadir Husain, dakwah adalah menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.
4) Syaikh Adam Abdullah Al-Alwari, menyatakan bahwa dakwah adalah mengarahkan pandangan manusia dan rasionalitas mereka pada sebuah keyakinan ataupun kepentingan yang bermanfaat bagi mereka. Dakwah juga merupakan seruan atau anjuran untuk menyelamatkan manusia dari kesesatan yang hampir menjerumuskan mereka atau melakukan kedurhakaan yang berpotensi menjatuhkan mereka.

Melihat definisi dakwah yang disebutkan oleh para ahli, terkait dengan pembahasan pada tulisan ini kita mengambil definisi dakwah yang disampaikan oleh Syaikh Ali bin Shalih Al-Mursyid yang menyebutkan bahwa dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada kebenaran, kebajikan dan petunjuk agama yang disampaikan dengan teknik, metode dan media yang dibutuhkan dan disesuaikan dengan kondisi masyarakat atau mad'u (orang yang diajak) pada zamannya.

Dakwah merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia untuk bisa menjadi makhluk yang terbaik. Hal tersebut juga disebutkan bahwa dalam konteks Al-Qur'an, dakwah dapat diidentifikasi:

1) sebagai panggilan (aktualisasi) iman, disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 24: "*Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah seruan Allah dan Rasul apabila dia menyerumu kepada sesuatu yang memberi kehidupan kepadamu..*" .
2) pencerahan agama, dalam surat Ibrahim ayat 1 dan 5 : *"Alif Lam Ra. (ini adalah) Kitab yang Kami turunkan kepadamu (Muhammad) agar engkau mengeluarkan manusia dari kegelapan kepada cahaya terang benderang dengan izin Tuhan …ayat 1, dan sungguh Kami telah mengutus Musa dengan membawa tanda-tanda (kekuasaan) Kami, (dan Kami perintahkan kepadanya). Keluarkanlah kaummu dari kegelapan kepada cahaya terang benderang dan ingatkanlah mereka kepada hari-hari Allah….ayat 5."*. dan
3) proses pemberdayaan, perlindungan dan pengadvokasian terhadap semua elemen masyarakat baik laki-laki maupun perempuan menuju kualitas "*Khoiro Ummatin*" yang tercantum dalam surat Ali Imran ayat 110: *"Kalian (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah SWT…".*

Dalam menjalankan misi dakwah tentu para Nabi dan Rasul dibekali oleh Allah SWT berbagai macam keahlian dan kemampuan tergantung umat atau mad'u yang dihadapi. Maka dalam melaksanakan tugas mulia tersebut sudah tentu memiliki cara, teknik, strategi dan metode yang terbaik dalam mewujudkan misi mulia tersebut.

Dan seiring perkembangan zaman, metode dakwah terus beradaptasi dengan karakteristik masyarakat yang beragam. Dua pendekatan utama yang sering digunakan adalah metode persuasif dan metode konfrontatif. Metode persuasif menekankan kelembutan, dialog, dan pendekatan emosional untuk menyentuh hati umat. Sementara itu, metode konfrontatif bersifat tegas, langsung, dan kadang bersifat mengoreksi secara keras untuk menghadirkan kesadaran akan kebenaran.

Metode dakwah persuasif adalah pendekatan yang menitikberatkan pada komunikasi yang lembut, dialog yang membangun, dan upaya menyentuh hati umat. Pendekatan ini mengedepankan empati dan kasih sayang untuk memotivasi perubahan

perilaku secara sukarela. Contohnya adalah metode yang digunakan Nabi Muhammad SAW dalam mendakwahkan Islam dengan hikmah dan kelembutan. Sebaliknya, metode konfrontatif lebih menekankan pada ketegasan dan sikap yang langsung mengoreksi kesalahan. Pendekatan ini sering digunakan dalam situasi di mana umat sulit menerima perubahan atau terjebak dalam kesalahan yang berulang. Dalam sejarah, metode ini dapat dilihat dalam sikap para nabi terhadap kaumnya yang keras kepala, seperti sikapnya Nabi Nuh AS kepada ummatnya.

B. Metode Dakwah Persuasif

Menurut kajian kata, metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *Methodos*, merupakan gabungan kata *Meta* dan *Hodos*. *Meta* artinya melalui, mengikuti, sesudah dan *Hodos* berarti jalan atau cara. Sedangkan dalam bahasa Arab metode itu thoriq atau thoriqoh yang berarti jalan atau cara. Dalam bahasa Indonesia mengandung makna cara yang teratur dan berpikir baik-baik untuk mencapai maksud (dalam ilmu pengetahuan dsb); cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan. Jadi, dari pengertian di atas dapat kita pahami bahwa metode dakwah itu merupakan cara dalam melaksanakan dakwah untuk dapat mencapai tujuan atau misi dakwah tersebut. Menurut Dr. Abdul Karim Zaidan, sebagaimana yang dikutip oleh Ivan Sunata, M.A. dalam buku Bahan Ajar Dakwah dan Komunikasi, menyebutkan metode dakwah adalah suatu ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan cara penyampaian (tablig) dan berusaha melenyapkan gangguan-gangguan yang akan mendatangi.

Metode dakwah merupakan strategi pendekatan yang bisa digunakan dalam menyampaikan dakwah islam, menebar kebaikan dan manfaat kepada banyak orang. Metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u. Dalam Al-Qur'an disebutkan ada tiga metode yang harus dijalankan oleh seorang dai yaitu berdakwah dengan hikmah, berdakwah dengan *Al-Mauidzah Al-Hasanah* (pelajaran yang baik) dan berdakwah dengan melakukan bantahan yang baik, seperti yang dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 125. "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan*

hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk"

Dalam tulisan ini, penulis mencoba untuk membahas metode dakwah yang digambarkan dalam Al-Quran tersebut dapat dilakukan dengan pendekatan yang disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban manusia yaitu pendekatan persuasif dan konfrontatif sebagaimana kami sebutkan pada pendahuluan tulisan ini.

Dakwah persuasif merupakan seni menyampaikan ajaran islam dengan cara lemah lembut, santun dan dapat menggugah hati tanpa adanya unsur paksaan atau intimidasi. Metode ini berlandaskan pada prinsip kasih sayang (rahmatan lil 'alamin) yang tidak hanya sebatas menyampaikan saja, namun mengajak manusia kepada kebaikan melalui pendekatan yang dapat menyentuh hati dan kesadaran sendiri.

Pendekatan persuasif bukanlah konsep baru, melainkan suatu konsep metode turun temurun yang telah diajarkan sejak zaman baginda Rasulullah SAW. Dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 Allah SWT berfirman yang maknanya: *"Maka berkat rahmat Allah, engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal."*

Dalam hadis Nabi Muhammad SAW juga bersabda : *"Permudahlah (urusan), jangan dipersulit, berilah kabar gembira, jangan membuat orang lari."* (H.R. Bukhari dan Muslim)

1. Ciri-ciri Dakwah Persuasif

Metode persuasif memiliki beberapa ciri yaitu:

1) **Dilakukan dengan Pendekatan lemah lembut:** Penyampaian dilakukan dengan santun dan penuh kasih sayang. Hal ini menciptakan suasana yang kondusif bagi umat untuk menerima pesan dakwah tanpa merasa tertekan. Dan metode ini juga

disebutkan dalam al-quran dengan istilah *bilhikmah*. Tidak hanya penyampaian dengan suara akan tetapi juga dengan sikap dan tindakan yang santun, baik yang memberikan kenyamanan dan kedamaian bagi penerima pesan dakwah.

2) **Adanya Ruang Dialogis:** Memberikan ruang untuk komunikasi dua arah sehingga terjadi saling pengertian. Dakwah ini memungkinkan umat untuk bertanya, berdiskusi, dan memperoleh pemahaman mendalam baik dilakukan secara langsung tatap muka ataupun secara online.
3) **Membangun pemahaman Keagamaan yang benar:** Fokus pada penyadaran melalui penjelasan yang mendalam. Dakwah persuasif bertujuan untuk menanamkan pemahaman yang benar sehingga umat mau berubah secara sukarela tanpa ada paksaan dan intimidasi.
4) **Berorientasi pada Empati dan Pemahaman:** Dakwah persuasif menekankan pendekatan yang penuh kasih sayang, dengan memahami kebutuhan dan situasi audiens. **Contoh:** Pendakwah yang berbicara kepada korban bencana memberikan pesan tentang hikmah ujian hidup dengan nada yang menguatkan, bukan menghakimi.
5) **Menggunakan Bahasa yang Ramah dan Mudah Dipahami**: Pesan dakwah disampaikan dengan bahasa sederhana, tanpa menggunakan istilah yang sulit dipahami. **Contoh:** Saat berbicara kepada masyarakat pedesaan, pendakwah menggunakan analogi kehidupan sehari-hari, seperti "zakat itu seperti membersihkan pohon agar buahnya lebih baik."
6) **Berbasis Dalil dan Logika**: Pesan dakwah selalu didukung oleh dalil Al-Qur'an, hadis, atau fakta ilmiah yang relevan untuk memperkuat kepercayaan audiens. **Contoh:** Ketika membahas pentingnya menjaga lingkungan, pendakwah menyebut QS. Al-A'raf: 31 tentang larangan berlebih-lebihan.
7) **Menginspirasi Tanpa Memaksa**: Dakwah persuasif tidak memaksa audiens, tetapi menginspirasi mereka untuk berubah melalui teladan, cerita, atau argumen yang kuat. **Contoh:**

Pendakwah yang menunjukkan kedisiplinan dan keikhlasan dalam kehidupan sehari-hari akan menginspirasi audiens untuk mencontohnya.

8) **Melibatkan Audiens Secara Aktif**: Pendakwah membuka ruang diskusi, tanya jawab, atau kegiatan interaktif sehingga audiens merasa dihargai dan terlibat. **Contoh:** Dalam kajian remaja, pendakwah meminta audiens menulis harapan mereka di masa depan, lalu mengaitkannya dengan pentingnya kedekatan kepada Allah.
9) **Fokus pada Solusi Praktis**: Dakwah persuasif memberikan solusi konkret untuk permasalahan yang dihadapi audiens. **Contoh:** Ketika membahas utang, pendakwah memberikan tips pengelolaan keuangan Islami dan doa-doa yang dapat diamalkan.
10) **Membangun Hubungan Personal**: Pendakwah menjalin hubungan yang dekat dan hangat dengan audiens sehingga mereka merasa nyaman untuk mendengarkan dan berbagi. **Contoh:** Pendakwah sering mengunjungi rumah warga sebelum atau setelah acara dakwah untuk mempererat silaturahmi.

Pendekatan ini banyak menggunakan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis yang menginspirasi serta kisah-kisah hikmah untuk menggugah hati dan pikiran umat. Contoh ayat yang relevan adalah firman Allah dalam Surah An-Nahl ayat 125 : "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk*"

2. Prinsip-Prinsip Dakwah Persuasif

Dalam aplikasinya metode dakwah persuasif memiliki beberapa prinsip yaitu:

1) Prinsip Kasih Sayang (*Rahmatan Lil 'Alamin*)

Kasih sayang adalah prinsip utama dalam dakwah persuasif. Islam sebagai agama rahmatan lil 'alamin menekankan pentingnya kelembutan dalam menyampaikan pesan. Dakwah tidak hanya

bertujuan untuk menyampaikan ajaran, tetapi juga menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang membawa kedamaian. **Allah SWT berfirman dalam surat Al-Anbiya ayat 70**: *"Dan tidaklah Kami mengutus engkau (Muhammad), melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam."*

Aplikasi Praktis: Dapat dilakukan saat menghadapi audiens yang skeptis, pendakwah tidak boleh menunjukkan sikap marah atau keras. Contoh: Ketika seseorang mengajukan pertanyaan yang menantang, jawab dengan sabar dan tenang, bukan dengan nada konfrontatif.

2) Prinsip Kesaderhanaan dalam penyampaian

Pesan dakwah yang rumit sulit diterima oleh audiens. Pendakwah harus menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang sederhana, relevan, dan mudah dipahami. Nabi Muhammad SAW sering menggunakan analogi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiensnya. Misalnya, beliau menjelaskan iman dengan perumpamaan seperti pohon yang memiliki akar kuat, batang kokoh, dan buah yang manis (QS. Ibrahim ayat 24-25).

Aplikasi Praktis: Menggunakan bahasa lokal atau istilah yang dikenal masyarakat setempat dan menghindari istilah teknis keagamaan yang sulit dipahami audiens awam tanpa penjelasan.

3) Prinsip memahami audiens (Ma'rifatul Majlis)

Dakwah yang efektif dimulai dengan pemahaman terhadap audiens. Setiap kelompok memiliki kebutuhan, kekhawatiran, dan perspektif yang berbeda, sehingga pendekatannya harus disesuaikan.

Langkah-Langkah Memahami Audiens: (a) **Lakukan Analisis Awal**: Ketahui latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan audiens. (b) **Ciptakan Koneksi Emosional**: Ceritakan pengalaman pribadi yang relevan dengan audiens untuk membangun rasa kebersamaan. (c) **Gunakan Pendekatan Dialogis**: Ajak audiens untuk bertanya dan berdiskusi agar mereka merasa dihargai.

Contoh Praktis: Seorang pendakwah di komunitas petani dapat menyampaikan dakwah dengan menyisipkan perumpamaan tentang pertanian, seperti ayat Al-Qur'an yang menggambarkan amal baik sebagai benih yang tumbuh subur (QS. Al-Baqarah ayat 261).

4) Prinsip Hikmah dalam Dakwah

Hikmah adalah kebijaksanaan dalam memilih kata, waktu, dan tempat untuk berdakwah. Dakwah yang dilakukan pada waktu yang salah atau dengan nada yang keras bisa menjadi kontraproduktif. **Seperti** yang disebutkan dalam surat An-Nahl ayat 125 yang artinya : *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik."*

Aplikasi Praktis: Memahami kapan waktu yang tepat untuk berbicara. Misalnya, hindari berdakwah saat seseorang sedang emosi atau dalam suasana yang tidak kondusif. Menggunakan pendekatan yang lembut, bahkan dalam perdebatan.

5) Prinsip Konsistensi dan Keteladanan

Pendakwah harus menjadi teladan dalam perbuatan, karena audiens lebih terinspirasi oleh tindakan daripada kata-kata. Dakwah persuasif yang paling efektif adalah yang dilakukan melalui contoh nyata. Al-Qur'an Surat Ash-Shaff ayat 2-3 menyebutkan:

"Wahai orang-orang yang beriman! Mengapa kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan?" (QS. Ash-Shaff: 2-3)

Contoh Praktis: Seorang pendakwah yang menyerukan kejujuran harus menunjukkan kejujuran dalam kehidupannya sehari-hari. Jika menyerukan pentingnya shalat, pastikan ia melaksanakannya tepat waktu dan dengan khusyuk.

6) Prinsip Kesabaran dan Keteguhan

Dakwah seringkali menghadapi tantangan, baik dari audiens yang skeptis maupun situasi yang tidak mendukung. Oleh karena itu, kesabaran adalah kunci utama dalam menjalankan dakwah. Hal

tersebut dicontohkan oleh Nabi SAW dengan tetap sabar meskipun dihina, dilempari batu, dan diusir oleh penduduk Thaif. Kesabarannya justru menginspirasi banyak orang untuk menerima Islam.

Aplikasi Praktis dalam kehidupan yaitu Jangan mudah menyerah jika pesan dakwah tidak langsung diterima. Ingatlah bahwa hidayah adalah hak Allah. Fokus pada proses, bukan hasil.

7) Mengintegrasikan prinsip-prinsip dalam kehidupan sehari-hari

Prinsip-prinsip dakwah persuasif ini tidak hanya relevan dalam konteks formal seperti ceramah atau pengajian, tetapi juga dapat diterapkan dalam interaksi sehari-hari, seperti: (a) Berdialog dengan anggota keluarga yang belum taat beribadah. (b) Mengajak rekan kerja untuk lebih peduli terhadap nilai-nilai Islam. Dan (c) Memberikan inspirasi melalui media sosial dengan konten yang bermanfaat.

3. Studi Kasus Keberhasilan Dakwah Persuasif

1) **Kisah Nabi Muhammad SAW dan Penduduk Makkah:** Salah satu contoh keberhasilan metode ini adalah dakwah Nabi Muhammad SAW kepada penduduk Makkah di masa awal Islam. Dengan kelembutan, Nabi berhasil menyentuh hati banyak orang, seperti Abu Bakar Ash-Shiddiq, Utsman bin Affan, dan Umar bin Khattab, yang sebelumnya keras menentang Islam.
2) **Dakwah di Komunitas Pluralis:** Di Indonesia, banyak tokoh dakwah yang berhasil membangun kerukunan antarumat beragama dengan cara dialog lintas agama yang ramah dan saling menghormati. Misalnya, peran KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) dalam mempromosikan toleransi melalui dialog.
3) **Gerakan Dakwah di Lembaga Pendidikan:** Banyak lembaga pendidikan Islam menggunakan metode persuasif untuk menanamkan nilai-nilai Islam kepada para siswa. Pendekatan ini dilakukan melalui cerita hikmah, nasihat, dan teladan guru.

4. Strategi Dakwah Persuasif

1) Pemanfaatan Media Sosial: Pada era digital sekarang ini sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial. Sebagaimana menurut penelitian bahwa sebagian besar penduduk dunia termasuk Indonesia adalah pengguna layanan internet yang memanfaatkan media sosial. Maka sangat tepat ketika ingin melakukan dakwah dengan menggunakan pendekatan persuasif media sosial dijadikan sebagai alat atau jalan dakwah. Dengan menggunakan berbagai platform seperti Instagram, YouTube, atau TikTok untuk menyampaikan pesan dakwah yang ringan, informatif, dan menarik.

   Hal ini juga menjadi perhatian dari Kementerian Agama dengan menerbitkan Keputusan Direktur Jenderal (Kepdirjen) Nomor 1172 Tahun 2024 yang mewajibkan penyuluh Agama Islam (PAI) untuk aktif di media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan, moderasi beragama, dan nilai-nilai kebangsaan di platform digital. Dirjen Bimas Islam, Prof. Kamaruddin Amin menjelaskan bahwa langkah ini merupakan respons terhadap perkembangan di era digital, serta upaya meningkatkan efektifitas dakwah dengan menjangkau khalayak yang lebih luas. Disamping itu, beliau menilai bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membangun ruang publik yang kondusif dan memperkuat harmoni sosial. Dan penyuluh agama diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan memaksimalkan teknologi.

2) Pemberdayaan Komunitas: Membentuk kelompok-kelompok diskusi kecil untuk membahas ajaran Islam secara mendalam.

3) Teladan Hidup: Dakwah persuasif seringkali lebih berhasil jika da'i menjadi teladan yang baik, sehingga umat terinspirasi oleh sikap dan perilaku da'i tersebut.

C. Metode Dakwah Konfrontatif

Dalam kamus bahasa Indonesia, konfrontatif berasal dari kata konfrontasi yang bermakna perihal berhadap-hadapan langsung, permusuhan dan pertentangan. Berarti kita dapat memahami bahwa metode dakwah konfrontatif ini merupakan metode dakwah yang mencoba untuk menolak pendapat, menolak tindakan umat yang tidak sesuai dengan aturan agama atau aturan syariat yang sudah ditentukan oleh Allah SWT. Dan kita mengetahui dalam sejarah bahwa metode dakwah konfrontatif ini sudah dipraktekkan oleh para Nabi sebelum Nabi Muhammad SAW seperti Nabi Nuh as, Nabi Musa as, dan yang lainnya termasuk para sahabat yang menitik beratkan ketegasan sikap dalam berdakwah untuk menyampaikan kebenaran seperti yang dilakukan oleh Sayyidina Umar bin Khattab.

Metode dakwah konfrontatif merupakan pendekatan yang menggunakan dialog atau diskusi langsung untuk menghadapi perbedaan pandangan atau pemahaman dengan cara yang tegas dan jelas. Dalam dakwah konfrontatif, seorang da'i atau penyuluh agama tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menghadapi dan mengkritisi pandangan yang salah atau menyimpang, baik dari segi ajaran agama maupun praktik sosial. Metode ini sering digunakan untuk menjawab tantangan atau keberatan yang muncul terhadap ajaran agama.

Namun, dakwah konfrontatif harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian, sebab jika tidak dilakukan dengan bijak, bisa berujung pada ketegangan atau bahkan pertentangan yang lebih besar. Kunci utama dalam dakwah konfrontatif adalah niat yang tulus untuk memperbaiki dan memberikan pemahaman yang benar, bukan untuk memenangkan argumen semata. Pemilihan kata, cara penyampaian, serta sikap penuh kasih dan sabar sangat penting dalam pendekatan ini agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Meskipun terkesan lebih keras, metode dakwah konfrontatif bukan berarti tidak mengedepankan etika atau adab dalam berdakwah. Sebaliknya, pendekatan ini menekankan pentingnya kebijaksanaan dalam menghadapi setiap situasi, mengedepankan dialog yang konstruktif, dan

berusaha untuk selalu menjaga keharmonisan dalam hubungan antar individu, terutama antar umat beragama.

1. Ciri-ciri Dakwah Konfrontatif

Metode konfrontatif ini ditandai dengan:

1) Kritik tegas. Menunjukkan secara langsung kesalahan atau penyimpangan perilaku umat dengan tujuan memperbaiki.
2) Penegasan hokum. Menyampaikan syariat secara eksplisit tanpa kompromi. Pendekatan ini seringkali digunakan untuk menegakkan aturan agama yang sudah jelas.
3) Pendekatan langsung. Berusaha mengoreksi perilaku dengan segera melalui teguran atau peringatan. Pendekatan ini biasanya digunakan dalam situasi yang membutuhkan tindakan cepat untuk mencegah kerusakan moral atau sosial yang lebih besar.
4) Tegas dan Jelas. Dakwah konfrontatif bersifat tegas dalam menyampaikan kebenaran, dengan penekanan pada pembenaran ajaran Islam dan kritik terhadap pandangan yang dianggap salah atau menyimpang.
5) Dialog dan Diskusi: Metode ini melibatkan interaksi langsung, berupa dialog atau diskusi terbuka, untuk menghadapi perbedaan pemahaman, baik dalam konteks agama maupun sosial.
6) Menghadapi Tantangan atau Penolakan. Dakwah konfrontatif digunakan untuk mengatasi tantangan atau penolakan terhadap ajaran Islam, dengan tujuan memberikan pemahaman yang benar dan memperbaiki kesalahpahaman.
7) Pendekatan Rasional dan Logis. Dalam dakwah konfrontatif, argumen yang digunakan cenderung berbasis pada logika dan nalar, dengan merujuk pada dalil-dalil agama, baik dari Al-Qur'an, hadis, atau pendapat para ulama.
8) Bertujuan Mengoreksi Pemahaman yang Salah. Salah satu tujuan utama dakwah konfrontatif adalah untuk mengoreksi pandangan atau pemahaman yang dianggap keliru, baik itu dalam ajaran agama atau perilaku sosial yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

9) Berani Mengkritik. Dakwah konfrontatif seringkali melibatkan kritik terhadap pandangan atau praktik yang dianggap menyimpang, dengan tujuan membimbing umat untuk kembali pada jalan yang benar.
10) Dilandasi Niat yang Tulus. Meskipun terkesan keras, dakwah konfrontatif didasari oleh niat yang tulus untuk memperbaiki pemahaman dan membimbing umat kepada kebenaran, bukan untuk memenangkan perdebatan atau merendahkan pihak lain.
11) Berisiko Menimbulkan Konflik. Karena sifatnya yang lebih langsung dan terkadang kontroversial, dakwah konfrontatif dapat menimbulkan ketegangan atau konflik jika tidak dilakukan dengan bijak dan penuh kasih sayang.
12) Pentingnya Penguasaan Ilmu. Penyuluh agama atau da'i yang menerapkan dakwah konfrontatif perlu memiliki pengetahuan yang mendalam, baik tentang ajaran agama maupun cara berdiskusi atau berargumen secara efektif.
13) Mengutamakan Kesabaran dan Etika. Meskipun metode ini lebih tegas, tetap harus diimbangi dengan kesabaran, adab, dan sikap saling menghormati agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tidak memperburuk situasi.

2. Analisis Efektivitas dan Risiko Metode Konfrontatif

Kelebihan: (a) Efektif dalam Situasi Mendesak. Metode ini sangat berguna untuk menangani situasi yang memerlukan tindakan langsung, seperti penanganan penyimpangan akidah atau perilaku destruktif. (b) Memberikan Teguran yang Jelas. Umat tidak dibiarkan dalam ambiguitas karena pesan disampaikan secara langsung.

Risiko: (a) Resistensi dari Umat. Pendekatan yang terlalu tegas dapat memunculkan perlawanan atau antipati dari umat. (b) Potensi Konflik. Dalam masyarakat yang pluralis, pendekatan ini bisa memicu konflik antarindividu atau kelompok.

3. Contoh Penerapan Dakwah Konfrontatif

1) **Umar bin Khattab:** Khalifah Umar dikenal dengan ketegasannya dalam menegakkan syariat. Contohnya adalah ketika ia menegur seorang pedagang yang curang di pasar.
2) **Penanganan Penyimpangan Akidah:** Dalam beberapa kasus, da'i harus memberikan teguran langsung kepada individu yang secara terang-terangan melakukan penyimpangan akidah.

4. Strategi Dakwah Konfrontatif

1) Menggunakan Hikmah dalam Ketegasan: Walaupun tegas, da'i harus tetap menunjukkan kasih sayang dan niat untuk memperbaiki.
2) Pendekatan Individual: Sebisa mungkin, kritik disampaikan secara pribadi untuk menghindari rasa malu.
3) Penguatan dengan Dalil: Teguran atau kritik harus didasarkan pada dalil Al-Qur'an dan Hadis yang jelas.

D. Perbandingan dan Rekomendasi Metode Efektif

1. Kapan Metode Persuasif Lebih Tepat Digunakan?

Metode persuasif lebih tepat digunakan dalam situasi berikut:

1) Ketika umat memerlukan pemahaman mendalam tentang ajaran Islam.
2) Saat menghadapi individu atau kelompok yang belum mengenal Islam.
3) Ketika Berhadapan dengan Audiens yang Beragam, Metode persuasif cocok digunakan saat berdakwah kepada audiens dengan latar belakang keyakinan, budaya, atau tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Pendekatan ini mendorong dialog yang saling menghargai, sehingga pesan dakwah dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi.
4) Dalam Lingkungan dengan Tingkat Sensitivitas Tinggi. Dalam konteks masyarakat yang sensitif terhadap isu-isu agama, seperti wilayah dengan konflik agama atau perbedaan keyakinan yang

mencolok, metode persuasif dapat membantu membangun kepercayaan dan menciptakan hubungan harmonis antar individu.

5) Ketika Menghadapi Generasi Muda. Generasi muda, khususnya di era digital, cenderung kritis terhadap pendekatan otoritatif. Metode persuasif yang menggunakan dialog terbuka, media kreatif, dan contoh-contoh yang relevan lebih efektif dalam menarik perhatian mereka.
6) Saat Membina Hubungan yang Berkesinambungan. Ketika dakwah ditujukan untuk membangun hubungan jangka panjang, seperti membimbing mualaf atau membina komunitas, pendekatan persuasif membantu menciptakan ikatan emosional yang kuat dan rasa percaya yang mendalam.
7) Ketika Menghadapi Penolakan atau Ketidakpahaman. Jika audiens menunjukkan sikap skeptis atau menolak, metode persuasif dengan cara menjelaskan manfaat, memberikan contoh konkret, dan berdialog secara sabar dapat membantu mengatasi hambatan psikologis dan membuka hati mereka terhadap pesan dakwah.
8) Dalam Konteks Kehidupan Modern dan Plural. Di era modern, masyarakat sering terpapar berbagai pandangan yang bersifat sekuler atau individualis. Metode persuasif memungkinkan penyampaian nilai-nilai agama secara relevan, masuk akal, dan tetap sesuai dengan konteks kehidupan mereka.
9) Saat Menekankan Perubahan Sikap dan Perilaku. Perubahan sikap dan perilaku seringkali memerlukan waktu dan pendekatan yang empatik. Metode persuasif membantu audiens memahami pentingnya perubahan melalui contoh nyata, dialog, dan motivasi positif.

2. Situasi yang Memerlukan Metode Konfrontatif

Metode konfrontatif dapat diterapkan pada beberapa keadaan dan situasi sebagai berikut:

1) Kondisi darurat yang membutuhkan tindakan cepat untuk mencegah kerusakan lebih lanjut.
2) Ketika umat secara terang-terangan menentang atau melanggar syariat.
3) Menanggapi Ajaran atau Praktik yang Menyimpang: Ketika ada kelompok atau individu yang menyebarkan pemahaman atau ajaran yang salah tentang Islam, misalnya penyimpangan dalam akidah atau ibadah, dakwah konfrontatif dapat digunakan untuk mengoreksi dan memperbaiki pemahaman tersebut.
4) Menghadapi Protes atau Penolakan terhadap Ajaran Islam: Jika ada penolakan atau keberatan terhadap ajaran Islam yang datang dari luar atau dalam komunitas, dakwah konfrontatif bisa digunakan untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam dan rasional.
5) Menanggapi Serangan terhadap Islam: Dalam situasi di mana Islam diserang atau dicerca, baik secara verbal maupun dalam bentuk media, dakwah konfrontatif dapat digunakan untuk memberikan pembelaan dengan cara yang jelas dan tegas, mengoreksi kesalahan persepsi terhadap agama.
6) Menghadapi Kekeliruan dalam Pemahaman Keagamaan: Dalam situasi di mana seseorang atau kelompok memahami Islam dengan cara yang tidak tepat, dakwah konfrontatif diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih akurat, dengan argumen yang rasional dan berbasis pada teks-teks suci.
7) Perdebatan atau Diskusi Publik: Dalam forum-forum diskusi publik, baik di media sosial atau acara-acara debat, dakwah konfrontatif bisa diterapkan untuk menyampaikan pandangan Islam yang benar, menghadapi argumen yang salah atau menyesatkan.
8) Menghadapi Penyebaran Budaya atau Ideologi yang Bertentangan dengan Islam: Ketika suatu budaya atau ideologi yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam mulai berkembang, dakwah konfrontatif bisa digunakan untuk menyuarakan penolakan terhadap ideologi tersebut dengan argumentasi yang kuat.

9) Ketidakadilan Sosial yang Berbasis pada Pemahaman Agama yang Salah: Jika ada tindakan sosial atau kebijakan yang didasarkan pada pemahaman agama yang salah atau dipakai untuk menindas, dakwah konfrontatif dapat digunakan untuk mengoreksi dan memperbaiki kesalahpahaman tersebut.

10) Penyalahgunaan Kekuasaan atau Kepemimpinan dalam Agama: Dalam situasi di mana para pemimpin agama atau tokoh masyarakat menyalahgunakan posisi mereka, dakwah konfrontatif bisa menjadi alat untuk menegakkan kebenaran dan keadilan.

11) Ketika Moralitas dan Etika Islam Diterima dengan Pandangan Salah: Jika ada pemahaman yang salah terkait moralitas Islam, seperti yang berkaitan dengan hak-hak perempuan, kewajiban keluarga, atau etika sosial lainnya, dakwah konfrontatif diperlukan untuk mengoreksi pandangan tersebut.

12) Ketika Masyarakat Mengalami Krisis Keimanan: Jika masyarakat mulai kehilangan arah atau iman mereka, dakwah konfrontatif bisa digunakan untuk menegaskan kembali ajaran Islam yang benar, memberikan penjelasan tegas, dan membantu mereka kembali ke jalan yang benar.

E. Kombinasi Metode untuk Dakwah yang Efektif dan Beretika

Untuk mencapai hasil dakwah yang optimal, diperlukan strategi yang mengkombinasikan kedua metode ini. Beberapa rekomendasi meliputi:

1) Memulai dengan pendekatan persuasif untuk membangun hubungan dan pemahaman.
2) Menggunakan pendekatan konfrontatif dengan penuh hikmah jika situasi mendesak.
3) Mengedepankan etika dakwah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kesabaran, dan kasih sayang.
4) Menyesuaikan pendekatan dengan karakteristik audiens dan situasi.

Dengan mengintegrasikan kedua pendekatan ini secara bijaksana, dakwah dapat berjalan efektif tanpa mengorbankan harmoni dan nilai-nilai kemanusiaan.

F. Referensi

Abdullah , Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Qiara Media.

Al Bayanuni, Muhammad Abu Al Fath. 2021. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah. Penerjemah Masturi Irham dan Muhammad Malik Supar*. Jakarta: Pustaka Kautsar.

Al Madkhali, Rabi' bin Hadi 'Umari. 2006. *Fiqh Dakwah Para Nabi*. Bogor: Media Tarbiyah.

Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.

Fahrurrozi, Faizah, Kadri. 2019. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Faizah, Lalu Muchsin Effendi. 2018. *Psikologi Dakwah*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Fakhri. 2014. *Dinamika Ilmu Dakwah*. Banda Aceh: Dakwah Ar-Raniry Press.

Khoirussalim, Umar Sidiq. 2022. *Manajemen Dakwah*. Tulungagung: Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah (STAIM) Tulungagung.

Khalili, Muhammad. 2009. *Komunikasi Untuk Dakwah*. Yogyakarta: Amanah.

Lumbu, Aliyandi A. *Strategi Komunikasi Dakwah Studi Masyarakat Miskin Perkotaan Dalam Peningkatan Pemahaman Ajaran Agama Islam*. Yogyakarta: Gre Publishing.

Masmuddin, Efendi P. 2014.*Penganar Ilmu Dakwah*. Palopo: Read Instite Press.

Munir, Muhammad, Wahyu Ilahi. 2017. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Sunata, Ivan. *Bahan Ajar Dakwah dan Komunikasi*. Kerinci : Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Kerinci

Tim Pentashih. 2015. *Mushaf Al-Hadi (Rasm Utsmani Mushaf Terjemah Perkata Latin dan Kode Tajwid Latin)*. Jakarta: Maktabah Al-Fatih

Robithoh Ma'ahid Islamiyah

PENGURUS WILAYAH NAHDLATUL ULAMA DKI JAKARTA

BAB 7

DAKWAH DI WILAYAH URBAN DAN RURAL

Nuriyah, S.Ag

(Forum Komunikasi Korps Dakwah Kampus Nusantara)

A. Karakteristik Masyarakat

Agak sulit merumuskan siapa sebenarnya masyarakat kota itu secara tepat. Hal ini pada akhirnya mempersulit pula untuk mendefinisikannya. Apalagi apabila klaim masyarakat kota hanya diukur dari penamaan terhadap Lokasi tertentu dengan tipikal hiruk pikuk lalu lintas banyaknya manusia. Sifat urbannya dan kepadatan penduduk yang tidak menetap. Makna kota lebih mudah dipahami melalui karakter dan mental manusia sebagai pelaku masyarakat kota bukan pada makna tempat lokasinya. Lebih tepatnya melihat masyarakat kota lebih mudah melalui karakteristik-karakteristiknya sebagai masyarakat kota (Acep Aripudin, 2013).

Karakteristik Masyarakat urban (perkotaan) adalah sebagai berikut:

1) Kehidupan keagamaan berkurang bila dibandingkan dengan kehidupan keagamaan di desa.
2) Orang kota pada umumnya dapat mengurus dirinya sendiri tanpa harus bergantung pada orang lain, yang penting disini adalah manusia perorangan atau individu.
3) Pembagian kerja di antara warga-warga kota juga lebih tegas dan mempunyai batas-batas yang nyata.
4) Kemungkinan-kemungkinan untuk mendapatkan pekerjaan juga lebih banyak diperoleh kota daripada warga desa.

5) Interaksi yang terjadi lebih banyak terjadi berdasarkan pada faktor kepentingan daripada faktor pribadi.
6) Pembagian waktu yang lebih teliti dan sangat penting untuk dapat mengejar kebutuhan individu. Perubahan-perubahan sosial tampak dengan nyata di kota-kota, sebab kota biasanya terbuka dalam menerima pengaruh dari luar (Elismayanti Rambe, 2021).
7) Masyarakat kota memiliki ciri perilaku heterogen, perilaku yang dilandasi oleh konsep pengandalan diri dan kelembagaan, berorientasi oleh konsep pengandalan diri dan kelembagaan, berorientasi pada rasionalitas dan fungsi, mobilitas sosial, sehingga dinamik, kebauran dan diversifikasi kultural, birokrasi fungsional, dan nilai-nilai sekuler dan individualisme (Elismayanti Rambe, 2021). Demikian karakteristik masyarakat urban (perkotaan), selanjutnya membahas tentang masyarakat rural (pedesaan).

Desa adalah suatu wilayah yang ditempati oleh sejumlah penduduk sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan terendah langsung di bawah camat. Secara umum desa diartikan sebagai pemukiman manusia yang letaknya di luar kota dan penduduknya bermata pencaharian dengan Bertani dan bercocok tanam. Pedesaan adalah wilayah geografis yang terletak di luar kota, padat penduduk dan pemukiman kecil.

Karakteristik Masyarakat rural (pedesaan) adalah sebagai berikut:

1) Letaknya relatif jauh dari kota dan bersifat rural (pedesaan)
2) Lingkungan alam masih besar peranan dan pengaruhnya terhadap masyarakat pedesaan
3) Mata pencaharian bercorak agraris dan relatif homogen (Bertani, nelayan, dan lain-lain)
4) Corak kehidupan sosialnya bersifat *gemeinschaft* (paguyuban dan memiliki community sentiment yang kuat)
5) Keadaan penduduk (asal-usul) Tingkat ekonomi, Pendidikan dan kebudayaannya relative homogen.
6) Interaksi sosial antar warga desa lebih intim dan langgeng serta bersifat familistic.

7) Memiliki keterikatan yang kuat terhadap tanah kelahirannya dan tradisi-tradisi warisan leluhur.
8) Masyarakat desa sangat menjunjung tinggi prinsip kebersamaan dan gotong royong, kekeluargaan, solidaritas, musyawarah kerukunan, dan keterlibatan sosial.
9) Jumlah warganya relative kecil dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang relatif rendah, sehingga produksi barang dan jasa juga relatif rendah.
10) Pembagian kerja dan spesialisasi belum banyak dikenal hingga diferensiasi sosial masih sedikit.
11) Kehidupan sosial budayanya bersifat statis, dan monoton dengan Tingkat perkembangan yang lambat.
12) Masyarakatnya kurang terbuka, kurang kritis, pasrah terhadap Nasib, kurang kreatif, dan cenderung mempertahankan yang sudah ada dan sulit untuk menerima unsur-unsur baru.
13) Memiliki sistem nilai budaya yang mengikat dan dipedomani warganya untuk melakukan interaksi sosial. Aturan itu umumnya tidak tertulis.
14) Penduduk desa bersifat konservatif, tetapi sangat loyal kepada pemimpinnya dan menjunjung tinggi tata nilai dan norma-norma yang berlaku (Ahmad Sukardi, 2015).

Masyarakat desa memiliki ciri-ciri yaitu perilaku homogeni, perilaku yang dilandasi oleh konsep kekeluargaan dan kebersamaan, perilaku yang berorientasi pada tradisi dan status, isolasi sosial sehingga statik, kesatuan dan keutuhan kultural, banyak ritual dan nilai-nilai sacral, dan kolektivitas.

Masyarakat pedesaan ditandai adanya kepemilikan ikatan perasaan batin yang kuat sesame warga desa yaitu perasaan setiap anggota Masyarakat yang kuat yang hakikatnya yaitu di dalam Masyarakat pedesaan di antara warganya mempunyai hubungan yang lebih mendalam dan erat bila dibandingkan dengan Masyarakat pedesaan lainnya di luar batas wilayahnya, sistem kehidupan umumnya

berkelompok dengan dasar kekeluargaan dan Sebagian besar warga Masyarakat pedesaan hidup dari pertanian (Syamsuddin :2016).

B. Tantangan dalam Menyesuaikan Metode Berdasarkan Wilayah

1. Tantangan Dakwah di Masyarakat Urban (Perkotaan)

Masyarakat kota merupakan masyarakat yang telah maju dalam berbagai bidang, sehingga perlu ada filterisasi pola hidup yang cenderung individualisme dan materialisme.

Pengaruh budaya massa melahirkan perilaku atau sikap individualis pada masyarakat urban. Masyarakat terjebak pada sikap mementingkan keinginan pribadi dan tidak memperdulikan kepentingan orang lain. Sehingga terjadi kesenjangan sosial yakni adanya gap antara orang kaya dan orang miskin. Hal tersebut rawan terjadi kejahatan sosial karena pengangguran dimana-mana, kriminalisasi, dan lain-lain. Sementara itu orang-orang yang hidupnya berorientasi kepada materi disebut materialis. Mereka hanya mementingkan kebendaan semata seperti uang, harta, dan sebagainya.

Sehingga perlu ada Langkah-langkah konkrit dakwah yang harus dilakukan dalam menghadapi serbuan pola hidup individualisme dan materialisme yang dibangun dari kacamata keislaman. Langkah-langkah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut (Iskandar:2025):

1) Melakukan dakwah dengan pendekatan persuasif dan inovatif

Pendekatan persuasif dimaksudkan sebagai Upaya memasukkan ajaran agama selaras dengan kepentingan Masyarakat. Artinya dai harus mampu memahami mad'unya. Jika dikaitkan dengan tipologi Masyarakat pada umumnya, dapat dikatakan bahwa Masyarakat kota dikategorikan sebagai Masyarakat inovatif, karena mereka senantiasa berpikir ke depan. Teknik pelaksanaan dakwahnya lebih ditekankan pada cara yang sesuai situasi Masyarakat kota. Dalam hal ini lebih sesuai apabila menggunakan dakwah yang relevan dengan kesibukan Masyarakat kota.

2) Mulai dari diri sendiri

Dalam konteks al-Qur'an Allah ajarkan manusia untuk mulai dari diri sendiri kemudian terhadap orang lain dalam berbagai hal agar orang yang akan diajak dapat melihat bagaimana konsistensi antara ucapan dan perbuatan kita. Apapun yang kita sampaikan dalam konteks dakwah seyogyanya dimulai dari diri sendiri kemudian ditujukan kepada keluarga dan lingkungan termasuk dalam hal sikap individualisme, materialisme dan hedonisme.

3) Membudayakan Sikap Qana'ah

Sikap qana'ah (rela dan menerima pemberian Allah SWT) adalah sikap yang sangat dibutuhkan oleh setiap insan. Sikap qana'ah seharusnya dimiliki oleh semua insan. Tidak iri melihat apa yang ada di miliki orang lain, tidak rakus mencari harta benda dengan menghalalkan segala cara. Sehingga dengan semua itu akan melahirkan rasa puas dengan apa yang sekedar dibutuhkan. Sikap qana'ah ini yang telah diajarkan Rasulullah Ketika awal-awal Islam disebarkan di Mekah dan Madinah.

Qana'ah merupakan sikap yang terpuji dan perlu dilatih. Masalah duniawi hendaklah kira melihat orang yang di bawah sedangkan dalam masalah kehidupan akhirat kita harus melihat orang yang berada di atas.

4) Dakwah moderat dan kontekstual

Seiring dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi yang banyak mempengaruhi persepsi dan kebutuhan manusia. Dakwah islam harus melakukan evaluasi diri dan Menyusun strategi agar tetap aktual dan kontekstual yang bisa dijadikan alternatif Solusi terhadap berbagai problem serta tantangan kehidupan Masyarakat di perkotaan.

Dalam meletakkan prioritas Solusi alternatif itu, kita harus mengacu pada struktur bangunan dakwah yang bagus berdasarkan analisis dan kemampuan untuk melakukan terapi yang tepat. Disamping itu para mubaligh juga harus senantiasa memperbarui

isi dan penampilan dakwahnya dan jalan yang bisa dilakukan adalah dengan iqra' banyak membaca.

5) Pengendalian diri

Berbagai Tindakan yang menyimpang dalam kehidupan dunia ini, tidak akan dapat diberantas begitu saja tanpa adanya keinginan untuk pengendalian diri untuk melakukan berbagai Tindakan yang menyimpang dari ajaran agama begitu halnya dalam konteks individualisme dan materialisme. Karena secara naluri kemanusiaan manusia telah diberikan kecenderungan untuk mencintai harta, tahta, dan Wanita. Tidak ada manusia yang tidak menginginkan harta akan tetapi jika keinginan tersebut diterjemahkan dengan cara berlebihan (hedonism) maka ini adalah dilarang oleh agama.

6) Melaksanakan dakwah yang berparadigma transformative dan urgen

Orientasi dakwah harus lebih mengedepankan perbaikan kualitas keimanan individual dengan tekanan hanya pada ketaatan menjalankan ritual keagamaan telah mengabaikan satu dimensi penting dalam dakwah. Dimensi dakwah yang terabaikan tersebut adalah pengembangan dan pemberdayaan Masyarakat islam secara menyeluruh. Keterbelakangan, ketertinggalan, dan keterpinggiran umat islam dari percaturan (peradaban) global dewasa ini adalah beberapa realitas yang kurang tersentuh dalam materi dakwah.

Dalam pengertian bukan dakwah yang materi pembicaraannya hanya sekedar menggerutu, mengumpat, dan menyalahkan umat atau orang lain yang menjadikan islam mundur. Tetapi dakwah dimaknai secara lebih luas dengan tekanan pada perbaikan kualitas sosial, Pendidikan dan ekonomi Masyarakat. Islam adalah agama pembebas seperti yang telah dilakukan oleh Nabi dan generasi awal islam dalam merealisasikan dakwah dalam pengertian seperti itu. Yakni dakwah yang mampu mentransformasikan nilai-nilai islam untuk kemaslahatan umat manusia secara lebih luas.

2. Tantangan Dakwah di Masyarakat Rural (Pedesaan)

Metode yang cocok diterapkan dalam masyarakat rural (pedesaan) yang sudah dijelaskan sedemikian rupa sesuai karakteristiknya, maka bisa dijabarkan metode dan tantangan dakwah di wilayah rural (pedesaan) adalah sebagai berikut:

1) Menggunakan Bahasa yang mudah dan sederhana serta kultur yang disesuaikan dengan Masyarakat pedesaan. Berbicara dengan seseorang sebaiknya disesuaikan dengan budaya dan kultur yang mengitarinya. Demikian dengan halnya dakwah, Ketika mengkomunikasikan ajaran Islam sebaiknya materi yang disampaikan disesuaikan dengan Tingkat intelektual mad'u setempat. Apabila diperlukan menggunakan Bahasa ilmiah, maka disampaikan dengan Bahasa ilmiah, apabila yang dibutuhkan hanya dapat dipahami dengan Bahasa yang sederhana, maka cara penyampaiannya juga sederhana, tidak perlu yang sulit-sulit. Akan sangat bagus apabila da'i Ketika menyampaikan dakwahnya menggunakan Bahasa setempat, akan lebih mengena dan mudah dicerna oleh para audiennya.
2) Kerjasama dengan tokoh panutannya. Sebelum dai berdakwah di pedesaan, ia harus kenal dengan para tokoh panutan di Lokasi tersebut. Itu akan lebih memudahkan dalam berdakwah. Ia dapat berkolaborasi dengan tokoh setempat dalam menginformasikan pesan-pesan dakwah. Karena seperti diketahui Masyarakat pedesaan akan lebih mendengar apa yang disampaikan oleh tokoh panutannya dibandingkan dengan orang lain. Disinilah diperlukan Kerjasama antara dai dengan tokoh setempat.
3) Menggunakan Bahasa lisan yang komunikatif. Hampir sama dengan yang pertama, yaitu menggunakan Bahasa yang sederhana tapi penekanannya berbeda. Artinya penggunaan Bahasa yang komunikatif hendaknya para dai tidak monoton dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Komunikasi yang dijalin tidak searah saja, tetapi sebaliknya komunikasi yang dilakukan harus ada timbal baliknya, ada tanya jawab maupun diskusi yang dikembangkan setelah penyampaian dakwahnya.

4) Menggunakan metode karya nyata yang sesuai kebutuhan. Karya nyata dapat dipahami sebagai suatu produk yang dapat dijadikan sebagai sarana dan wasilah dakwah. Produk atau karya nyata banyak sekali macamnya. Semisal dalam Pendidikan, dai dapat bekerja sama dengan tokoh agama dan tokoh Masyarakat setempat untuk mendirikan TPQ (Taman Pendidikan al-Qur'an), MADIN (Madrasah Diniah) bila di desa tersebut belum memilikinya. Apabila sudah memiliki maka yang diperlukan adalah meningkatkan kualitas pembelajaran dan kuantitas para peserta didiknya, disamping memikirkan masalah lainnya seperti membangun saluran air, memperbaiki jalan yang rusak, membuat sumur untuk pengairan sawah dan sebagainya.
5) Mendekatinya sesuai karakteristik Masyarakat pedesaan. Beberapa karakteristik Masyarakat pedesaan adalah ketaatan dan gotong royong dan kepedulian. Mereka taat akan petuah-petuah yang disampaikan oleh tokoh agama dan tokoh Masyarakat setempat semisal ada satu keluarga yang sedang membangun rumah, mereka secara sukarela bergotong royong membantunya, demikian juga mereka lebih peduli dengan segala sesuatu yang terjadi di masyarakatnya. Karakteristik tersebut dapat dijadikan dan disisipi dengan pesan-pesan dakwah sebelum memulai kegiatan, semisal gotong royong tadi,
6) Mencarikan Solusi dari problem yang muncul. Masyarakat pedesaan identic dengan masalah kemiskinan, walau sebenarnya masalah kemiskinan bukan terjadi hanya di pedesaan, di perkotaan juga ada masalah kemiskinan, hanya saja kemiskinan banyak menimpa orang-orang yang berada di desa karena disebabkan banyak factor. Kemiskinan hanya salah satu problem yang dihadapi oleh Masyarakat pedesaan. Selain kemiskinan, masih ada problem yang muncul dan terjadi di Masyarakat semisal masalah Pendidikan, akses informasi, infrastruktur yang belum memadai dan sebagainya. Kemiskinan dan problem yang ada harus dicarikan solusinya, dai, ormas keagamaan, para tokoh agama, dan tokoh Masyarakat serta pemerintah desa memiliki peran yang

sentral untuk mencarikan Solusi yang dihadapi oleh mereka (Ahmad Zaini:2016).

Beragam metode pengembangan dakwah yang bisa diupayakan dan dilakukan oleh para dai, ormas keagamaan, para tokoh agama, dan tokoh Masyarakat dalam berdakwah di daerah pedesaan. Metode pengembangan dakwah yang telah dijabarkan di atas tidak selamanya digunakan, ada prioritas yang harus didahulukan daripada yang lainnya. Para dai yang ingin berdakwah di pedesaan sebaiknya paham tentang budaya, karakteristik, Bahasa, Tingkat intelektualitas, profesi Masyarakat serta beragam aneka problematika yang dihadapi oleh mereka sehingga akan memudahkan dalam menyampaikan pesan-pesan agama yang sakral untuk dibumikan dalam kehidupan beragama, bertetangga, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

C. Strategi Dakwah Di Wilayah Urban

1. Dakwah Kontemporer

Dakwah kontemporer dengan cara menggunakan teknologi modern yang sedang berkembang. Dakwah kontemporer ini sangat cocok apabila dilakukan di lingkungan Masyarakat kota atau Masyarakat yang memiliki latar belakang Pendidikan menengah ke atas. Dakwah kontemporer yang dimaksud adalah dakwah yang menggunakan fasilitas teknologi modern sebagaimana iklan yang lagi marak. Al-Qur'an selama ini banyak disampaikan secara tradisional maka harus segera diubah cara penyampaiannya yaitu dengan cara modern dengan menggunakan teknologi yang sesuai dengan tuntutan zaman.

2. Dakwah Lewat Internet Pada Masyarakat Perkotaan

Dakwah melalui jaringan internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan berbagai alasan, di antaranya:

1) Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi relatif terjangkau.
2) Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.

3) Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah via internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
4) Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Berbagai situs mereka sukai dengan demikian pemaksaan kehendak bisa dihindari.

3. Dakwah pada Masyarakat global melalui al-hikmah

Peranan dai dituntut untuk membaca mad'u dari berbagai persepsinya sehingga da'I dapat mengetahui dari mana dakwah harus dimulai. Al-Qur'an mengajarkan para juru dakwah dalam mengajak umat ke jalan Allah dengan hikmah, mau'idzah hasanah, dan mujadalah. Hikmah ditempatkan pada urutan pertama karena arti hikmah memang mencakup emosional, intelektual, dan spiritual. Dengan model hikmah, da'I akan memiliki kecerdasan dalam berdakwah, rasa simpatik akan mampu menarik lingkungan ke dalam ajakannya. Wawasan yang luas akan memberikan pemahaman terhadap mad'u dan kepribadian yang mulia kian memancarkan kewibawaan bagi da'I dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

D. Strategi Dakwah Di Wilayah Rural

1. Metode kontak langsung

Maksud metode ini adalah kontak langsung (direct contact), hubungan yang langsung berhadapan (face to face relation) dengan orang-orang desa secara individual maupun dalam kelompok kontak langsung ini dilaksanakan agar dapat menimbulkan minat penduduk desa terhadap problem-problem desa yang baru dan menjadikan mereka berpikir bahwa adalah hal yang baik bila mereka mulai mencoba mengerjakan pemecahanya.

Tujuan metode ini adalah: Pertama, menemukan kepada siapa orang-orang desa menganggap pemimpin serta apa alasan dan tujuannya. Kedua, bertujuan untuk menjelaskan program Pembangunan Masyarakat yang digariskan oleh pemerintah. Ketiga, menemukan minat orang-orang desa. Keempat, belajar dari orang-

orang desa apa yang mereka anggap sebagai masalah-masalahnya dan bagaimana perhatian mereka untuk mengatasinya.

2. Metode demonstrasi

Metode demonstrasi adalah metode yang dilakukan dengan cara memperlihatkan suatu contoh baik berupa benda, peristiwa, perbuatan dan sebagainya. Artinya, suatu metode dakwah di mana seorang da'I memperlihatkan sesuatu terhadap sasarannya (massa) dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang ia inginkan.

Metode demonstrasi dianggap penting dalam merubah praktik-praktik tradisional orang desa yang dalam beberapa hal mengenai demonstrasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Dari sudut pandangan para muballigh hubungan kerja yang terus menerus dengan orang-orang desa adalah sangat penting bagi berhasilnya saran-saran yang dikemukakan petugas da'i. tujuannya dalam metode demonstrasi ini adalah hasil.
2) Metode demonstrasi dapat memperkuat penerimaan dan keyakinan karena apa yang didemonstrasikan adalah hasilnya.
3) Para da'I bekerja sama dengan penduduk secara intensif dalam melaksanakan demonstrasi. Dalam kerja sama itulah akan menemukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan sebelum memutuskan rekomendasi agar semua penduduk mengadopsi hasil dari kerja sama tersebut.
4) Bila da'I bekerja prosesnya secara step by step dengan beberapa orang desa dalam mengorganisir dan melaksanakan apa yang direkomendasikan mereka akan mengetahui Langkah-langkah program Pendidikan yang harus diselenggarakan sebagai bimbingan kepada Masyarakat dalam penerimaan rekomendasi.

3. Bekerjasama dengan pemimpin-pemimpin desa

Dewasa ini dakwah tidak lagi berjalan sendirian, tetapi harus ada kerja sama dengan pemerintah atau pemimpin-pemimpin desa. Kerja sama yang dimaksud adalah pemerintah atau pemimpin-pemimpin desa, ulama dan orang tua serta tokoh Masyarakat dalam

mengatasi kemungkaran-kemungkaran yang terjadi di desa atau yang akan terjadi. Pengaruh khusus ulama ini tentu ada kaitannya dengan dakwah agama yang disampaikan ulama sehingga ia berwibawa di Masyarakat. Kemungkaran-kemungkaran yang belum terjadi akan dilakukan Upaya kuratif yaitu Upaya antisipasi terhadap gejala-gejala kemungkaran yang akan terjadi supaya tidak meluas dan merugikan Masyarakat desa.

Upaya kuratif secara formal memang sudah jelas tugas yang berwajib dalam hal ini polisi dan kehakiman. Akan tetapi, anggota Masyarakat juga bertanggung jawab mengupayakan pembasmian kemungkaran di lingkungan Masyarakat di RT, RW, dan desa. Sebab jika dibiarkan akan berdampak bagi kerusakan lingkungan Masyarakat desa itu sendiri.

4. Kunjungan ke Rumah

Metode ini biasa disebut dengan metode silaturahmi atau home visit. Metode ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1) Atas undangan tuan rumah. Cara ini biasanya tuan rumah sudah memeluk agama islam. Namun mereka secara sadar berminat untuk memperdalam keislamannya sehingga harus memanggil da'I untuk memberikan Pelajaran lebih lanjut. Bisa juga pihak yang mengundang merangkaikannya dengan acara-acara tertentu seperti syukuran, arisan, paguyuban yang kebetulan dilaksanakan dirumahnya. Dengan kata lain car aini bersifat pembinaan umat islam.
2) Atas kehendak da'I. cara ini bersifat pengembangan ummat islam yaitu dilakukan apabila obyek dakwah belum memeluk agama islam dan diajak melalui penjelasan dan argumentasi agar mereka sadar mau memeluk agama islam (Muhammad Kamis Harahap:2017).

E. Referensi

Aripudin, Acep. 2013. Sosiologi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rambe, Elismayanti, (2021). Buku Ajar Sosiologi Dakwah, Tasikmalaya: Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

Sukardi, Ahmad. (2015). Dakwah pada Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Sosiologis). Jurnal Al-Munzir Vol. 8, No. 2, November 2015. 129-144

Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta: KENCANA, 2016)

Iskandar, "Dakwah Pada Masyarakat Perkotaan". Komunida, Vol. 5, no. 1, 2025, hlm. 53-57.

Ahmad Zaini, Upaya Pengembangan Metode Dakwah di Pedesaan, Jurnal volume 1, volume 2, desember 2016. Jurnal Community Development, STAIN KUDUS, Hlm. 125-126.

Muhammad Kamis Harahap, jurnal Al-Qalam Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 1. No. 2 tahun 2017), Tinjauan Sosiologis Tentang Dakwah di Pedesaan, hlm. 22-23

BAB 8

DAKWAH UNTUK MILENIAL DAN GEN Z

N. Sholihat, S.H.I., M.A.

(Lembaga Dakwah dan Sosial Tombo Ati Yogyakarta)

ꕥ

(Lembaga Dakwah & Sosial Tombo

A. Karakteristik Generasi Milenial dan Gen Z

Setelah perang dunia ke dua, kelompok demografis (cohort) dibedakan menjadi 4 (empat) generasi yaitu generasi baby boomer, generasi X (Gen-Xer), generasi millennials dan generasi Z. Masing-masing generasi memiliki ciri dan karakternya. Pertama, generasi baby boomer: generasi yang lahir setelah perang dunia kedua (saat ini berusia 56 hingga 70 tahun). Disebut baby boomer karena di era tersebut kelahiran bayi sangat tinggi. Generasi ini cenderung memiliki karakter idealis, memegang teguh prinsip yang mereka anut, khususnya terkait dengan tradisi yang sudah turun temurun, juga memiliki pola pikir konservatif (agak kolot). Oleh karena itu generasi ini cenderung lebih berani mengambil resiko dibanding generasi lain.

Kedua, generasi X (Gen-Xer): generasi yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980 (saat ini berusia 40 hingga 55 tahun). Gen-Xer merupakan "generasi antara" sebelum generasi millennials. Generasi ini adalah generasi transisi karena pada tahun 1960 hingga 1980 merupakan transisi ke teknologi yang lebih modern. Gen-Xer merupakan anak-anak dari baby boomer, sehingga nilai-nilai yang diajarkan baby boomer sedikit banyak masih melekat pada Gen-Xer. Generasi ini sudah mulai modern dan tidak se-konservatif baby boomer karena teknologi sudah mulai berkembang. Ketiga, generasi millennials: generasi yang lahir antara tahun 1981-2000 (saat ini berusia 20 hingga 39). Generasi Milenial (Generasi Y) adalah kelompok demografis setelah Generasi X, generasi

ini banyak dipengaruhi oleh munculnya smartphone, meluasnya internet dan munculnya jejaring sosial media. Generasi Millenial adalah generasi yang "melek teknologi".

Hasil riset yang dirilis oleh Pew Research Center menjelaskan keunikan generasi milenial dibanding generasi sebelumnya yaitu kehidupan mereka tidak bisa dilepaskan dari teknologi terutama internet, dan entertainment atau hiburan sudah menjadi kebutuhan pokok. Keempat, generasi Z: generasi yang lahir setelah tahun 2000 hingga saat ini. Pendapat lain menyebutkan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 2000-2010, dan setelahnya disebut generasi Alpha. Generasi Z ini merupakan peralihan dari Generasi Y pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Pola pikir Generasi Z cenderung serba instan. Mereka sudah mengenal dan sudah berpengalaman dengan gadget, smartphone dan kecanggihan teknologi lainnya ketika usia mereka yang masih dini.Populasi dan pertumbuhan Gen-Z saat ini menunjukkan jumlah dan tren yang signifikan. Menurut data statistik hasil Sensus Penduduk 2020 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa Gen-Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi populasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi 1. Generasi ini diperkirakan mencapai hampir 32% dari populasi dunia, melampaui generasi milenial yang sebelumnya mendominasi demografi global. Milenial sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa 2. [7]

Generasi Z, yang lahir pada rentang tahun 1997-2012, merupakan generasi muda yang saat ini sedang berada di usia sekolah hingga memasuki dunia kerja. Beberapa ciri khas generasi Z di Indonesia antara lain : Digital Native, Generasi Z tumbuh di era digital dan sangat mahir dalam menggunakan teknologi, termasuk smartphone, media sosial, dan beragam aplikasi digital. Mereka sangat bergantung pada teknologi dalam aktivitas sehari-hari dan aspek kehidupan lainnya.Pragmatis dan Realistis, Generasi Z cenderung lebih pragmatis dan realistis dalam memandang

[7] GoodStats, "Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z," 2023, https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv.

dunia. Mereka lebih fokus pada hasil dan dampak praktis dibandingkan dengan wacana atau konsep abstrak.Perhatian Sosial dan Lingkungan, Isu-isu sosial dan lingkungan menjadi perhatian utama bagi generasi Z. Mereka memiliki kesadaran yang tinggi terhadap masalah-masalah global dan ingin terlibat dalam upaya-upaya pemecahannya. Adaptif dan Fleksibel, Generasi Z mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan tantangan baru. Mereka lebih fleksibel dalam bekerja dan lebih terbuka terhadap pola kerja yang inovatif. Namun, generasi Z juga menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

Pertama, Ketidakstabilan Emosi, Sebagai digital native, generasi Z rentan terhadap kecanduan teknologi dan gangguan kesehatan mental. Mereka perlu belajar mengatur emosi dan menjaga kesehatan mental dengan baik. Kurangnya Pengalaman Praktis, Minimnya pengalaman kerja dan praktik lapangan membuat generasi Z kurang siap menghadapi tantangan dunia kerja yang sesungguhnya. Kedua, Persaingan Ketat di Pasar Kerja, Jumlah lulusan baru yang besar di Indonesia membuat persaingan di pasar kerja semakin kompetitif. Generasi Z perlu terus meningkatkan kompetensi dan daya saing agar dapat bersaing.Pemerintah, institusi pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya perlu menyusun strategi yang tepat untuk mempersiapkan generasi Z agar dapat berkembang dan memberikan kontribusi optimal bagi pembangunan Indonesia di masa depan.

Berdasarkan data dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), Indonesia pada 2020-2035 sedang mengalami bonus demografi, yaitu kondisi struktur penduduk yang didominasi oleh kalangan usia produktif. Di antara kelompok usia produktif itu, dua generasi baru yang muncul dengan karakteristik khas yaitu generasi Milenial dan generasi Z yang sering disebut sebagai para pribumi digital (digital native).[8] "Ada beberapa karakteristik dari generasi

[8] Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) melalui Direktorat Kebijakan Politik, Hukum, Pertahanan dan Keamanan memprakarsai Forum Group Discussion (FGD) bertajuk "Society 5.0, AI, Gawai, dan Tantangan Nasionalisme Indonesia" di Gedung BJ Habibie Jakarta.Salah satu topik yang dibahas dalam FGD ini tentang Peran Generasi Muda

Milenial dan Z ini, pertama, *inklusive & progressive*. Mereka terbuka dengan perbedaan dan ingin sekali cepat bergerak maju, tidak hanya dalam tindakan tapi juga pikiran. Salah satu faktornya karena adanya perkembangan digital dan informasi yang sangat berpengaruh. Mereka tidak suka eksklusivitas, menolak konservatif, menolak sesuatu yang konvensional, dan mereka berpikir harus mencari cara baru yang terlihat dalam banyak hal seperti dalam bekerja yang berpatokan tidak hanya terikat pada jam kerja. Mereka bisa bekerja kapan saja, jam berapa saja, yang penting ada output nya. Mereka ingin bahwa mereka bekerja, mereka hidup dengan caranya masing-masing.

Kedua, *authenticity* atau otentisitas, mereka ingin mencari ontentisitas dalam diri mereka, generasi ini adalah generasi yang tenggelam dalam dunia digital. Mereka sebetulnya ingin mencari jati diri mereka sendiri, tapi karena terlalu banyak informasi yang berkembang membuat mereka memaknai diri mereka dengan penafsiran yang sangat beragam. Pencarian otentisitas ini juga berpengaruh terhadap cara mereka mencari tentang apa sih yang pas buat dirinya, pekerjaan dan passion juga. Itulah sebabnya, dinamika, karier, pekerjaan, dsb nya di era generasi ini akan lebih beragam.Ketiga, yaitu kolaborasi, mereka suka bekerja dengan orang yang berasal dari kelompok yang berbeda, kemampuan yang berbeda. Ada yang jago di bidang marketing, branding, IT, dan sebagainya. Mereka bisa bersatu dan berkolaborasi untuk menjadi satu hal baru. Mereka tidak suka birokrasi, hal itu sesuatu yang tidak mudah dilakukan bagi mereka. Menurut anggapan mereka kolaborasi cukup bertemu di warung kopi, mereka langsung bisa dikirim

---

dalam Membangun Nasionalisme yang disampaikan oleh M. Subhan Setowara Dosen FISIP Universitas Muhammadiyah Malang Jawa Timur. Menurutnya, sebelum mengenal generasi Milenial dan generasi Z, ada generasi yang namanya generasi Baby Boomer dan generasi X. Sayangnya, Generasi X tidak terlalu populer karena tertutup oleh generasi Baby Boomer. Lebih jauh dia menerangkan, ada beberapa hal yang khas sekali dari generasi Milenial dan Z yang disebut sebagai hasil dari sesuatu yang dominan. Artinya, karakternya akan terlihat dengan berbagai keunikan yang dominan.

sesuatu, kolaborasi, dan menghasilkan sesuatu.Keempat, *attention seeking*, ada perasaan untuk mencari atensi, sebagai fenomena dari perkembangan zaman. Banyak anak muda yang mendapatkan popularitas, dengan capaian popularitasnya tersebut mereka share ke mana-mana untuk menunjukkan bahwa mereka berhasil. Mereka ingin menunjukkan keberhasilannya hingga mencapai titik tersebut, sehingga akan mendapat atensi dan apresiasi.

Kelima, *instant gratification & recognition*, bebernya, mereka bisa bekerja sangat cepat. Isu *mental health* menjadi isu yang luar biasa, karena kebutuhan mereka diapresiasi. Mereka merasa punya keunikan masing-masing. Seorang *leader* di era sekarang harus punya kemampuan untuk memahami keunikan mereka dengan memberikan apresiasi yang tepat. Kalau mereka diapresiasi dan diberikan treatment yang tepat, bisa jadi mereka bisa bekerja berkali-kali lipat dari yang dibutuhkan. Keenam, pada sisi *pragmatic idealism*, dia membeberkan, sebagai ciri khas anak-anak generasi sekarang yang sebetulnya masih mempertahankan nilai-nilai. Kalau bisa nilai-nilai itu jangan terlalu abstrak tapi dengan bukti konkret.Anak-anak muda suka dengan sociopreneurship, di satu sisi ada sisi pragmatiknya yang jelas akan mencari keuntungan. Mereka akan masuk di sisi sosialnya, yang ada nilai-nilai sosialnya. Generasi Milenial dan Z memiliki peran strategis yaitu sebagai perekat keragaman sosial. Generasi muda memiliki pandangan yang lebih inklusif tentang keragaman etnis, gender, dan orientasi seksual. Mereka menghargai keragaman budaya dan mendukung kesetaraan. Karakter ini membuat generasi ini dapat menjadi perekat sosial.

Selanjutnya, generasi Milenial dan Z adalah generasi muda yang tumbuh dalam era digital, memiliki akses lebih luas ke dunia luar. Mereka dapat terhubung dengan masyarakat dari berbagai negara dan budaya, yang dapat memperluas wawasan nasionalisme dan mempromosikan kerja sama internasional.Generasi Milenial juga memiliki pemahaman mendalam tentang media sosial, teknologi digital, dan keterampilan komunikasi online. Dapat digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai nasional, melalui berbagai narasi dan konten yang kreatif serta peka zaman. Satu lagi, salah satu ciri dari generasi ini adalah idealisme pragmatik yang dapat digunakan untuk kepentingan

nasional. Kiprah kerelawanan dan kedermawanan adalah contoh aktivitas pragmatik yang berbasis pada nilai-nilai yang luhur dan mendalam.[9]

B. Kebutuhan Dakwah Generasi Muda

Tantangan dakwah di era milenial semakin kompleks , oleh karena itu, dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan menginspirasi... Generasi Z yang tumbuh dalam ketergantungan teknologi, seringkali sulit dijangkau dengan pesan-pesan tradisional. Generasi Z terkenal dengan sikap kritis dan skeptis mereka terhadap segala sesuatu, termasuk agama dan kepercayaan. Mereka lebih cenderung mencari informasi melalui internet daripada mengikuti tradisi lisan yang telah ada sejak zaman nenek moyang. Oleh karena itu, tantangan terbesar bagi para dai dan penceramah adalah membangun kredibilitas yang kuat dan membuat pesan-pesan dakwah mereka relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi ini.

Materi-materi dakwah yang dilengkapi dengan hasil penelitian, data-data, dan referensi yang dapat dipercaya akan lebih mudah diterima oleh Generasi Z. Para da'i juga perlu menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk menyebarkan pesan dakwah mereka secara lebih luas dan efektif. Pergeseran paradigma juga merupakan tantangan yang harus dihadapi dalam dakwah di era milenial. Tradisi dakwah yang berfokus pada pengajaran dalam konteks formal, seperti ceramah atau kuliah, mungkin tidak lagi efektif bagi Generasi Z. Mereka lebih suka interaksi sosial yang lebih santai dan informal, seperti diskusi kelompok kecil, forum online, atau kelas praktikal. Oleh karena itu, para dai perlu mencari cara baru untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah mereka. Misalnya, mengadakan diskusi atau pengajian di kafe-kafe atau ruang komunitas yang disukai oleh Generasi Z. Konsep-konsep dakwah yang

[9] *Ibid*

kompleks juga perlu dijelaskan dengan bahasa yang sederhana, menarik, dan santai.

Mengingat generasi Z adalah pengguna aktif dari berbagai platform media sosial. Oleh karena itu, para dai harus memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk memperluas jangkauan dakwah mereka. Membuat konten dakwah yang menarik, seperti podcast, video animasi, atau meme, dapat membantu menjangkau Generasi Z dengan cara yang mereka pahami dan nikmati. Dakwah melalui media sosial juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan Generasi Z. Para dai dapat menjawab pertanyaan, memberikan klarifikasi, atau menyampaikan pendapat mereka secara online. Dengan adanya kesempatan ini, dakwah dapat menjadi lebih personal dan berarti bagi Generasi Z.

Tantangan terakhir dalam kebutuhan dakwah pada generasi milenial adalah perubahan lingkungan sosial, budaya, dan politik. Generasi Z hidup dalam dunia yang serba terhubung dan multikultural. Mereka terbuka terhadap perbedaan dan menolak fanatisme serta intoleransi.Dalam menjawab tantangan ini, dakwah harus mengambil sikap yang inklusif dan menghormati perbedaan. Para dai perlu menyadari dan menghargai konteks kekinian yang beragam, dan menghadirkan pesan dakwah yang memperkuat nilai-nilai kedamaian, toleransi, dan saling menghormati. Para da'i juga perlu melakukan adaptasi dan inovasi dalam penyampaian pesan untuk mencapai Generasi Z yang kritis dan skeptis. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, serta menjaga sikap inklusif dan menghormati, dakwah dapat sukses menjangkau, menginspirasi, dan membantu generasi muda untuk memahami dan mempraktikkan nilai-nilai keagamaan.Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dikembangkan pendekatan dakwah yang kreatif, ramah dan menginspirasi untuk menarik perhatian generasi milenial. Menggunakan media kreatif seperti video animasi, podcast, atau postingan visual yang menarik dapat membantu menyampaikan pesan dakwah secara efektif.

C. Strategi Kreatif dan Inovatif

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, menghadapi tantangan dan peluang unik dalam era informasi saat ini. Mereka dikenal dengan sifat kritis, keterhubungan digital yang tinggi, dan keinginan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Oleh karena itu, metode dakwah yang efektif untuk generasi ini harus disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi mereka.Media sosial adalah platform yang sangat penting bagi generasi milenial. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, dakwah melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dapat mencapai audiens yang lebih luas. Konten yang menarik, seperti video pendek, infografis, dan postingan yang mudah dibagikan, dapat menarik perhatian dan mendorong interaksi. Misalnya, video ceramah yang singkat dan padat dapat menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami.

Milenial seringkali terhubung dengan cerita dan pengalaman pribadi. Menggunakan pendekatan naratif dalam dakwah dapat membantu mereka lebih memahami dan merasakan pesan yang disampaikan. Misalnya, berbagi kisah inspiratif tentang perjalanan spiritual seseorang atau dampak positif ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dapat membuat pesan lebih relatable dan menggugah.Menggandeng influencer yang memiliki pengaruh di kalangan milenial dapat menjadi strategi efektif. Influencer yang dikenal dan dihormati dapat menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan dapat diterima oleh pengikut mereka. Melalui konten yang bersifat edukatif dan inspiratif, influencer dapat membantu menjembatani pemahaman yang lebih baik tentang Islam.Kegiatan interaktif, seperti webinar, lokakarya, atau diskusi panel, memungkinkan generasi milenial untuk berpartisipasi aktif. Dengan memberikan ruang bagi mereka untuk bertanya, berdiskusi, dan berbagi pandangan, dakwah menjadi lebih hidup dan relevan. Kegiatan ini juga membantu membangun komunitas yang saling mendukung dan menguatkan.

Generasi milenial sangat peduli dengan isu-isu sosial, seperti lingkungan, keadilan sosial, dan kemanusiaan. Mengaitkan ajaran Islam dengan isu-isu ini dalam dakwah dapat menarik perhatian mereka. Misalnya, membahas bagaimana nilai-nilai Islam dapat berkontribusi dalam mengatasi tantangan lingkungan atau ketidakadilan sosial dapat menunjukkan relevansi agama dalam konteks modern. Metode dakwah yang efektif untuk generasi milenial haruslah inovatif, interaktif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan memanfaatkan media sosial, pendekatan naratif, kolaborasi dengan influencer, kegiatan interaktif, dan fokus pada isu sosial, dakwah dapat mencapai hasil yang lebih signifikan. Dalam menghadapi tantangan zaman, dakwah yang adaptif akan membantu generasi milenial memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam dengan cara yang lebih baik.[10] Adanya dakwah di media sosial ini menimbulkan dampak positif juga negatif. Dampak positif seperti meluasnya penyebaran dakwah, menjadi jembatan untuk menuntut ilmu dan menjadi pengingat dalam aktivitas kita. Dampak negatif seperti, pemahaman agama yang tidak benar, penyebaran radikalisme, dan melemahnya budaya membaca. Oleh karena itu, untuk mengatasi efek yang timbul, penting untuk menyaring informasi-informasi agama yang disampaikan, perlu adanya sikap tabayyun pada diri kita untuk meneliti suatu pesan agama yang disampaikan.

Dakwah adalah mengajak, menyeru pesan-pesan Islam yang bersumber Al- Qur'an dan hadis yang dilakukan dengan perbuatan, tulisan dan lisan atau suara. Jika berdakwah dilakukan dengan menggunakan media digital tentu metode yang digunakan berbeda dengan dakwah secara tatap muka. Dakwah di media digital dapat dilakukan di platform mana saja dan bisa diakses dimana saja.Penyebaran dakwah menggunakan media digital ini merupakan salah satu metode dan alternatif untuk menjangkau seluruh kalangan terkhususnya generasi z yang sudah melek teknologi. Oleh karena itu peran efektivitas dalam berdakwah adalah untuk memberikan

[10] *https://www.cendekiamuslim.or.id/metode-dakwah-yang-efektif-untuk-generasi-milenial*

keefektifan seorang da'i dalam menyampaikan dakwah. Semakin besar efektivitas dakwahnya maka semakin besar pula tersampainya pesan dakwah.

Generasi Z tertarik untuk melihat dan mendengarkan dakwah dengan visualisasi yang keren dan mudah dipahami, mereka lebih cenderung mengabaikan visualisasi yang tidak menarik karena dianggap membosankan. Menurut pengalaman pribadi penulis, Generasi Z cenderung menyukai konten dakwah yang membahas mengenai syari'ah dan akhlak dan hukum yang dituangkan dalam bentuk video yang memiliki variasi visual, sementara dakwah yang dimuat dalam bentuk tulisan, mereka cenderung kurang mendapat perhatian, konteks dakwah secara tulisan lebih digemari generasi milenial dibanding dengan generasi Z. Efektivitas dakwah dapat diukur secara terbuka dan sama-sama berdasarkan like terbanyak, viewers terbanyak komentar terbanyak dan share terbanyak. Hal ini menunjukkan bagaimana dan berapa banyak orang melihat dan menyukai isi konten dakwah tersebut.

D. Referensi

Artikel Jurnal

Alinda Syarofah, Yazida Ichsan, Pathur Rahman, Hening Kusumaningrum, Siti Nafiah(2021) ***Dakwah Muhammadiyah Di-Era Digital Bagi Kalangan Milenial,***Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, 25 (1),48-64.

Erwan Effendy, Gita Ramadhani, Tria Tanti,(2024), ***Efektivitas Dakwah dalam Media Digital untuk Generasi Z,*** Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, Volume 4 Nomor 2 , 880 - 887 .

Mohd Zaid Ismail1 Pensyarah Politeknik, Sultan Azlan Shah, Tanjung Malim, Mohd Nor Adli Osman2, Tanjung Malim (Desember 2019) *Dakwah Terhadap Golongan Remaja: Satu Kaedah Pendekatan Preaching To Teenager: An Approach ,* International Research Journal Of Shariah, Muamalat and Islam ,Volume: 1 Issues: 2 ,40-45.

Website

https://www.cendekiamuslim.or.id/metode-dakwah-yang-efektif-untuk-generasi-milenial

https://madrasahdigital.co/opini/tantangan-dakwah-di-era-milenial/

https://tambahpinter.com/tantangan-dakwah-di-era-milenial/

https://www.kompasiana.com/miakholidah4310/64378246a7e0fa69f97d9972/tantangan-dakwah-di-era-mileneal

BAB 9

DAKWAH DAN INDUSTRI KREATIF

Rama Wijaya Kesuma Wardani, M.Sos.

(Sekolah Tinggi Agama Islam Bumi Silampari Lubuklinggau)

A. Pendahuluan

Industri kreatif telah menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di era globalisasi. Sektor yang memungkinkan produk dan layanan dikembangkan berdasarkan ide-ide inovatif ini memiliki potensi besar untuk memberikan dampak pada banyak aspek kehidupan, termasuk penyampaian pesan dakwah. Dua bidang utama industri kreatif yang sangat penting bagi Dawa adalah film dan musik. Keduanya memiliki daya tarik universal yang menjangkau semua usia, budaya, dan wilayah, serta berbagai tingkat masyarakat(Setiawan, 2020). Dalam konteks dakwah, film dan musik memberikan peluang untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan cara yang kreatif, menarik, dan mudah diterima oleh khalayak modern. Sebagai media visual, film memiliki kekuatan naratif untuk menyampaikan kisah-kisah yang mengharukan dan menggambarkan nilai-nilai Islam secara mendalam. Musik dengan melodi dan lirik yang mengharukan kini dapat membangkitkan emosi dan menyampaikan pesan moral secara efektif.

Peran film dan musik dalam dakwah menjadi semakin penting mengingat perubahan perilaku konsumen masyarakat yang cenderung beralih ke media digital(Wahyuningsih, 2019). Platform seperti YouTube, Spotify, dan layanan streaming lainnya telah membuka jalan bagi para kreator Muslim untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Dengan pendekatan yang tepat, dakwah melalui film dan musik tidak hanya dapat memperkuat pemahaman keagamaan, namun juga menciptakan ruang dialog antara nilai-nilai Islam dengan tantangan kehidupan modern. Artikel ini menjelaskan bagaimana Dawa dapat

memberikan dampak besar melalui industri kreatif, khususnya film dan musik. Selanjutnya, kami juga akan mempertimbangkan kemungkinan, tantangan, dan strategi yang diperlukan untuk memaksimalkan dampak positif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dengan cara yang inovatif dan relevan.

B. Definisi Industri Kreatif dan Potensinya dalam Dakwah

Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang fokus pada penciptaan, produksi, dan distribusi barang atau jasa yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu atau kelompok. Industri ini biasanya mengandalkan ide-ide inovatif dan kekayaan intelektual sebagai inti dari proses produksi(Uyuni, 2023). Contoh sektor industri kreatif antara lain :Periklanan, Arsitektur, Seni dan Kerajinan, Desain (Grafik, Interior dan Produk), Film, Video dan Fotografi, Musik dan Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Aplikasi dan Pengembangan Perangkat Lunak, Masakan Kreatif. Kreativitas industri seringkali dipandang sebagai pendorong inovasi dan pembangunan ekonomi, karena dapat memberikan nilai tambah yang tinggi, membuka lapangan kerja baru, dan memperkuat identitas budaya dan sosial daerah dan nasional.

Potensi industri kreatif Dakwah sangat besar karena dapat menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih menarik, relevan dan lebih mudah diterima di berbagai lapisan masyarakat. Berikut ini adalah beberapa cara agar industri kreatif dapat dimanfaatkan dalam Dakwah.

1) **Konten Digital Video dan Film** Buat film pendek, dokumenter, atau animasi bertema Islam yang mengajarkan dan menginspirasi. Masuk. Contohnya termasuk kisah tentang para nabi, nilai-nilai moral, dan kisah motivasi Islam.
2) **Media Sosial**. Gunakan platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyampaikan konten khotbah Anda dalam bentuk infografis, ceramah singkat, dan podcast.
3) **Desain Grafis dan Kreativitas Visual** Membuat poster, buku, atau materi khotbah dengan desain menarik dan menjelaskan ajaran Islam

secara estetis. Pembuatan kaligrafi modern untuk penghias masjid, rumah dan tempat umum sebagai sarana penyebaran dakwah Islam(E dkk., 2019).

4) **Musik dan Seni Pertunjukan.** Produksi lagu-lagu Islami, nasyid, atau seni suara yang menyentuh hati dan relevan bagi generasi muda. Drama atau teater yang mempromosikan nilai-nilai Islam untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman publik.
5) **Aplikasi dan Teknologi.** Pengembangan aplikasi-aplikasi Islam seperti Al-Quran digital, panduan shalat, rencana shalat, permainan belajar Islam untuk anak-anak. Platform daring untuk pembelajaran agama, termasuk kursus virtual dan konsultasi Islam berbasis aplikasi.
6) **Kerajinan Tangan dan Hasil Masakan.** Memproduksi pakaian muslim dengan desain modern yang mengedepankan hukum syariah. Makanan halal dengan branding kreatif yang mengedepankan nilai-nilai Islam.
7) **Kartun dan Buku Anak.** Memanfaatkan media kartun untuk mengajarkan nilai-nilai agama kepada anak dengan cara yang menghibur dan mendidik(Setiawan, 2020).

C. Manfaat Dakwah Melalui Industri Kreatif

Dakwah melalui industri kreatif menawarkan beragam manfaat yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap penyebaran nilai-nilai Islam. Beberapa manfaat utama yakni. Menjangkau khalayak yang lebih luas Media seperti film dan musik memiliki daya tarik universal dan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk segmen yang sulit dijangkau melalui metode dakwah tradisional. Meningkatkan Daya Tarik Pesan Dakwah Pesan keagamaan yang dikemas secara kreatif melalui visual, suara, dan narasi menarik lebih mudah diterima oleh masyarakat modern yang terbiasa dengan hiburan digital. Efektif Secara Emosional Film dan musik mempunyai kemampuan membangkitkan emosi, membangun koneksi dengan penonton, dan membuat pesan dakwah lebih bertahan lama dan berkesan(Uyuni, 2023). Mengatasi prasangka terhadap dakwah Pendekatan kreatif dapat mengubah gagasan dakwah yang negatif atau kaku dan menjadikannya lebih inklusif dan

relevan dengan kehidupan sehari-hari. Mendorong Kerja Sama Antar Budaya Dengan memanfaatkan unsur seni, Dakwah dapat membangun jembatan antara budaya Islam dan budaya lain melalui industri kreatif dan memperkuat dialog antaragama dan antarbudaya Masuk.

Pemanfaatan Teknologi Digital Platform digital seperti media sosial dan layanan streaming memungkinkan pesan Dakwah disebarluaskan dengan cepat dan efisien, menjangkau khalayak global tanpa batasan geografis. Dengan keunggulan tersebut, Dakwah mempunyai potensi besar untuk menyampaikan nilai-nilai Islam melalui sektor kreatif dengan cara yang lebih efektif, relevan dan inovatif. Pesan dakwah dapat menjangkau masyarakat luas, termasuk generasi muda yang lebih nyaman dengan teknologi dan media digital. Dengan menggunakan pendekatan kreatif, pesan-pesan keagamaan lebih mudah diterima karena menggunakan seni, estetika, dan emosi.Industri kreatif dapat menghadirkan aspek Islam yang ramah, modern, dan relevan kepada masyarakat global(Uyuni, 2023). Dengan pendekatan ini, industri kreatif tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam sosialisasi nilai-nilai Islam yang inovatif.

D. Pentingnya Film dan Musik sebagai Media Efektif untuk Menyampaikan Pesan Dakwah

Film dan musik saat ini memainkan peran yang sangat penting sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan Dakwah. Alasan utama yang menjelaskan urgensi dan keunggulan keduanya adalah Film dan musik dapat menjangkau beragam khalayak, dari anak-anak hingga orang dewasa, melintasi batas-batas geografis atau budaya. Dengan dukungan teknologi digital seperti layanan streaming dan media sosial, pesan Dakwah dapat dengan mudah disebarkan ke seluruh dunia. Dalam masyarakat yang semakin terhubung dengan dunia digital, film dan musik telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuningsih, 2019). Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih kontekstual dan relevan bagi generasi muda, yang cenderung mengkonsumsi konten hiburan melalui platform seperti YouTube, Spotify, dan Instagram. Film memiliki kekuatan untuk membangkitkan

emosi melalui cerita visualnya yang kuat, musik, serta lirik dan melodi yang mengharukan. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media ini lebih berdampak dibandingkan distribusi tradisional dan meninggalkan kesan mendalam di benak khalayak.

Pendekatan film dan musik menawarkan cara yang segar dan kreatif untuk menyampaikan pesan Islam. Hal ini dapat mengubah persepsi dakwah sebagian masyarakat yang kaku dan monoton, menjadi lebih inklusif dan inspiratif. Film dan musik merupakan sarana untuk menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dalam menghadapi tantangan modern. Media-media tersebut memungkinkan penyampaian dakwah yang bergerak dan sesuai dengan realitas sosial. Melalui pendekatan artistik, film dan musik dapat menjadi alat dakwah yang efektif untuk memperkenalkan Islam kepada khalayak lintas budaya. Hal ini menciptakan ruang bagi dialog konstruktif dan memperkuat hubungan antaragama dan internasional. Melalui platform digital, film dan karya musik dapat menjangkau jutaan orang dalam waktu singkat(Muftisany, 2021). Hal ini menjadikan film dan musik sebagai media penginjilan yang sangat efisien dalam hal waktu dan biaya. Film dan musik tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai media strategis untuk menyampaikan dakwah secara efektif di zaman modern. Dengan pendekatan yang kreatif, inovatif dan tepat guna, keduanya dapat menjadi alat yang ampuh untuk memperkuat pemahaman nilai-nilai Islam di masyarakat global.

E. Integrasi Dakwah dalam Film

Integrasi dakwah ke dalam sinema di Indonesia. Sinema sebagai salah satu bentuk seni rupa mempunyai potensi besar untuk menjadi media dakwah yang efektif. Di Indonesia, integrasi dakwah dalam film mengalami kemajuan besar sejak film-film bertema Islam muncul dan mulai menarik perhatian masyarakat(Musyafak, 2013). Aspek penting dalam mengintegrasikan dakwah melalui film di Indonesia adalah Film-film bertema Islam Indonesia kerap menghadirkan kisah-kisah mengharukan yang menggambarkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kasih sayang, dan pengorbanan. Ketabahan dalam menghadapi

tantangan hidup. Ceritanya tidak hanya mendidik, tetapi juga menghibur, dan pesan dakwahnya disampaikan secara alami tanpa terang-terangan. Contohnya adalah film seperti "Ayat-Ayat Cinta"(JAYANTRI, 2016) dan "Ketika Cinta Bertasbih" (Shirazy, 2007)yang berhasil menyebarkan nilai-nilai Islami dalam cerita tentang perjuangan cinta dan kehidupan. Film dakwah Indonesia seringkali menampilkan tokoh-tokoh Muslim yang simpatik dan realistis yang mencerminkan keseharian masyarakat Indonesia. Menginspirasi pemirsa untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka. Film-film ini kerap menggunakan simbol-simbol Islam seperti masjid, selendang, dan ritual keagamaan sebagai elemen visual untuk memperkuat pesan dakwah. Selain itu, film ini juga mengedepankan budaya lokal yang sejalan dengan nilai-nilai Islam sehingga membuat film ini lebih dapat diterima di masyarakat Indonesia yang multikultural.

Dakwah Indonesia kerap menyampaikan pesan melalui konflik-konflik yang berkaitan dengan kehidupan modern, seperti tantangan keluarga, pendidikan, dan pekerjaan. Resolusi konflik biasanya mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dan memberikan contoh nyata bagaimana Islam dapat menjadi solusi dalam kehidupan. Industri film Indonesia juga memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan dakwah(Ridwan dkk., 2021). Film Islami tidak hanya ditayangkan di bioskop tetapi juga di layanan streaming seperti Netflix, Disney+ Hotstar, dan Vidio. Hal ini memungkinkan pesan Dakwah menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Indonesia berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai-nilai Islam. Banyak film yang tidak hanya menghibur, namun juga memberikan wawasan keagamaan dan memicu perbincangan positif di masyarakat. Meskipun memiliki banyak kelebihan, produksi film Dakwah di Indonesia menghadapi tantangan seperti pendanaan, kualitas produksi, dan penerimaan pasar, sehingga menyebabkan kurangnya minat terhadap genre lain. Namun, dengan pendekatan yang kreatif dan inovatif, tantangan tersebut dapat diatasi. Memasukkan dakwah ke dalam film di Indonesia merupakan langkah strategis untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Islam secara efektif dan tepat guna terhadap kebutuhan masyarakat

modern. Dengan memanfaatkan kekuatan cerita, pencitraan, dan teknologi, film dapat menjadi media dakwah yang menginspirasi, mengedukasi, dan menggerakkan penonton dari berbagai lapisan masyarakat.

Sebagai sebuah contoh Film ``Ayat Ayat Cinta'' (2008) yang diangkat dari novel laris karya Habiburrahman El Shirazi merupakan film fenomenal yang berhasil memadukan unsur dakwah dan hiburan. Film yang memadukan nilai-nilai keislaman dengan cerita yang relevan, mengharukan, dan inspiratif, menjadikannya objek kajian yang menarik dari berbagai sudut pandang. Sinopsis Singkat Film ini berkisah tentang kehidupan Fakhri bin Abdilla, seorang mahasiswa Indonesia yang kuliah di Universitas Al-Azhar Mesir. Pak Fakhri digambarkan sebagai sosok yang alim, cerdas, dan berintegritas tinggi. Sepanjang ceritanya, ia menghadapi berbagai tantangan dalam hidup, termasuk hubungan romantis yang rumit dengan beberapa wanita dari latar belakang budaya dan kepribadian berbeda. Konflik utama berkisar pada perjuangan Pak Farhi mempertahankan prinsip-prinsip Islam dalam situasi emosional dan sosial yang kompleks(Huda, 2010).

Film ``Ayat Ayat Cinta'' menyampaikan berbagai pesan dakwah yang dikemas dalam alur. Hidup bergantung pada Allah. Film ini menunjukkan sikap Fari yang selalu menjaga etika dan menghormati perempuan meski dalam situasi sulit. Salah satu unsur kontroversial dalam film ini adalah penggambaran poligami sebagai solusi terhadap kasus-kasus tertentu, sehingga membuka diskusi tentang hukum dan etika Islam. Hubungan Fakhri dengan Maria Koptik menggambarkan bagaimana Islam mengajarkan toleransi dan menghormati perbedaan keyakinan. Fakhri bin Abdilla. Simbol manusia muslim idaman yang berupaya konsisten mengamalkan ajaran Islam. Maria Guirgis: Penggambaran toleransi beragama dan persahabatan antar agama. Aisha: Citra seorang wanita Muslim yang kuat, mandiri dan penuh kasih sayang. Noura: Simbol perjuangan keadilan di tengah kekerasan dalam rumah tangga(Rahayu, 2022).

Film ini berhasil menggambarkan Islam sebagai agama yang penuh cinta, toleransi dan keadilan. Ayat-ayat Al-Qur'an sering dikutip dalam dialog dan adegan dalam film, menjadikannya sarana dakwah yang kuat

dan mendidik. Ayat Ayat Cinta sukses besar di perfilman Indonesia, memukau jutaan penonton dan melahirkan film-film bertema Islam lainnya. Film ini mempromosikan tren fesyen Islami, seperti penggunaan jilbab modern, dan meningkatkan minat terhadap sastra Islam(Wibowo dkk., 2022).

Film ini mencerminkan tantangan yang dihadapi umat Islam modern dalam mempertahankan identitas keislamannya dalam interaksi global. Lebih lanjut, film ini memberikan ruang diskusi mengenai peran agama dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks hubungan antarmanusia. Sebagai film dakwah, 'Ayat Ayat Cinta' berhasil menyampaikan dakwah Islam dengan menarik dan berpotensi diterima khalayak luas. Keberhasilannya menunjukkan bahwa media film dapat menjadi sarana yang efektif untuk mendekatkan ajaran Islam kepada masyarakat tanpa menghilangkan unsur hiburannya. Film ``Ayat Ayat Chinta'' adalah contoh nyata bagaimana seni dan dakwah dapat digabungkan untuk menyampaikan pesan Islam secara efektif. Dengan kisahnya yang kuat, tokoh-tokohnya yang relevan, dan penggambaran Islam yang positif, film ini tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga media pendidikan dan inspirasi bagi umat Islam dan komunitas internasional (Supratno, 2015).

F. Strategi Penyampaian Pesan Moral dan Keislaman dalam Alur Cerita Film

Film 'Ayat Ayat Cinta' sukses menyampaikan pesan moral dan Islami melalui berbagai strategi yang dikemas dalam plot, karakter, dialog, dan simbol visual. Di bawah ini adalah analisis strategi yang digunakan. Plot film ini didasarkan pada prinsip-prinsip ajaran Islam seperti kejujuran, kesabaran, kasih sayang, dan keadilan. Nilai-nilai tersebut digambarkan melalui konflik dan penyelesaiannya, sehingga pemirsa dapat memahami betapa relevannya ajaran Islam dengan kehidupan nyata. Misalnya, perjuangan Farley melawan fitnah dan tantangan moral menunjukkan pentingnya ketabahan dalam mengatasi tantangan hidup. Setiap tokoh dalam film mewakili aspek nilai-nilai Islam yang berbeda Fari: Mencontohkan muslim yang ideal dan menjunjung tinggi moralitas serta menghormati perempuan dan

berusaha mengikuti hukum Islam dalam setiap keputusannya membuat. Aisyah : Melambangkan keteguhan wanita muslimah yang menghadapi kehidupan dengan taat, penuh perhatian dan berani. Maria: melambangkan toleransi antar umat beragama, menunjukkan bahwa nilai-nilai persahabatan dan kemanusiaan melampaui perbedaan keyakinan(Cerita Islam, 2022). Tokoh-tokoh tersebut membuat pesan moral menjadi lebih personal dan mudah dipahami oleh penonton.

Dalam dialog dalam film, ayat-ayat Al-Quran dan Hadits sering dikutip untuk memperkuat pesan moral dan memberikan konteks Islami untuk merencanakan konflik. Misalnya, ketika Farhi berpesan tentang kesabaran dan ketabahan, ia merujuk pada ajaran Islam untuk memastikan pesan dakwah tetap jelas dan relevan. Film ini menggambarkan konflik-konflik yang dekat dengan realita penontonnya, seperti hubungan romantis, perbedaan agama, ketidakadilan, dan kekerasan dalam rumah tangga. Solusi resolusi konflik ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sehingga memberikan inspirasi praktis bagi pemirsa. Elemen visual seperti ibadah gereja (sholat, pengajian), masjid, hijab, dan unsur budaya Islam lainnya digunakan untuk menambah suasana religius dalam film Masuk. Simbol-simbol tersebut tidak hanya memperkaya estetika tetapi juga secara tidak langsung menyampaikan nilai-nilai Islam(Cerita Islam, 2022).

Film ini menggunakan aksi yang menyentuh hati untuk menciptakan hubungan emosional dengan penonton. Misalnya, pengorbanan Maria terhadap Fahri dan perjuangan Aisha untuk menerima dan menoleransi poligami memiliki makna yang mendalam, namun tetap memberikan pesan tentang pengorbanan, kejujuran, dan keadilan dalam Islam. Salah satu elemen kontroversial dari film ini adalah penggambarannya tentang poligami sebagai solusi untuk konflik tertentu. Hal ini menciptakan ruang untuk diskusi dan pendidikan tentang bagaimana Islam mengatur hal ini dalam konteks yang adil dan masuk akal, namun bagaimanapun juga hal ini tidak selalu dianggap ideal. Sebuah ending cerita yang menginspirasi resolusi cerita tidak hanya memberikan kepuasan emosional kepada penontonnya tetapi juga menyampaikan nilai-nilai iman dan harapan. Akhir yang bahagia

mengajarkan kita bahwa kejujuran dalam hidup selalu membuahkan hasil, meski harus ada pengorbanan. Kegunaan Soundtrack. Musik bukan sekedar hiburan tapi juga alat dakwah untuk memberikan kesan mendalam kepada penontonnya. Menerjemahkan hubungan dengan Maria ke agama yang berbeda menunjukkan bahwa Islam mengajarkan toleransi, menghargai perbedaan, dan nilai-nilai seperti cinta, kejujuran, dan kemanusiaan. Film ``Ayat Ayat Cinta'' memadukan cerita yang kuat, karakter yang dapat dialihkan, simbolisme, dan pendekatan emosional untuk menyampaikan pesan moral dan Islami secara efektif. Strategi-strategi tersebut menjadikan film tidak hanya sekedar hiburan, namun juga menjadi media dakwah yang seru dan mendidik bagi masyarakat modern(Cerita Islam, 2022).

G. Integrasi Dakwah dalam Musik

Peran nasyid dan lagu Islami dalam membentuk kesadaran religius. Musik menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan moral dan keagamaan. alam konteks dakwah, integrasi nilai-nilai Islam melalui musik khususnya nasyid dan lagu-lagu Islami memegang peranan penting dalam pembentukan kesadaran beragama pada masyarakat modern(Iskandar, 2022). Nasid adalah salah satu jenis musik Islami yang liriknya sering digunakan dalam bahasa Arab, Melayu, atau bahasa daerah lainnya untuk menyampaikan pesan keagamaan. Nashid bercirikan penggubahan puisi-puisi yang sarat akan nilai-nilai moral dan agama, dan biasanya diiringi dengan instrumen yang sederhana atau tidak instrumental demi menjaga konsistensi dengan nilai-nilai Islam. Media Penampil Nilai-Nilai Islam. Naskah Nashid seringkali memuat permintaan seperti, Tingkatkan ketakwaanmu kepada Allah. Penumbuhan semangat jihad dalam arti seluas-luasnya. Misalnya saja melawan keinginan. Mengingatkan kita akan pentingnya ibadah, akhlak mulia, dan akhirat. Contoh yang populer adalah lagu-lagu Nasid oleh kelompok-kelompok seperti Raihan, Hijaz, dan Sunada, yang membahas tema-tema seperti Ikhwanul Muslimin, cinta kepada Rasulullah, dan pengembangan diri(Marufah, 2024).

Nasyid membantu umat Islam, khususnya generasi muda, untuk merasa bangga dengan identitas Islam mereka. Melalui lirik yang

sederhana namun bermakna, nasyid mampu memperkuat ikatan spiritual antara individu dan ajaran Islam. Dalam dunia yang dipenuhi dengan musik arus utama yang terkadang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, nasyid menawarkan alternatif yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik. Lagu Islami merupakan salah satu bentuk musik religi yang memungkinkan penggunaan alat musik modern secara lebih leluasa, namun liriknya mengandung pesan dakwah. Menjangkau khalayak yang lebih luas. Dengan menggabungkan nilai-nilai Islami dengan gaya musik populer, lagu-lagu Islami dapat menjangkau khalayak yang lebih beragam, termasuk generasi muda yang tertarik dengan aransemen musik kontemporer Lirik lagu-lagu Islami seringkali mengajak pendengarnya untuk merenung, memperbaiki diri, dan mendekatkan diri kepada Allah. Contohnya adalah lagu-lagu Maher Zain seperti ``Insya Allah'' dan ``Baraka Allahu Lakuma,'' yang menyampaikan pesan-pesan Islami tentang keimanan, harapan, dan kebahagiaan. Lagu Islami seringkali menggunakan bahasa universal seperti bahasa Inggris atau bahasa lain yang mudah dipahami oleh masyarakat internasional. Hal ini memperluas jangkauan dakwah ke khalayak global(Paripurna, 2012).

Lagu-lagu Islami juga sering mengungkapkan isu-isu sosial yang relevan seperti perdamaian, keadilan, dan solidaritas masyarakat. Hal ini memberikan dimensi dakwah melalui musik yang lebih luas dan menjadi sarana pembentukan kesadaran kolektif. Lirik yang kuat dan mengharukan membantu pendengar untuk memahami ajaran Islam secara menyeluruh dan kita menghubungkan nilai-nilai kita dengan kehidupan sehari-hari. Nasyid dan lagu islami dapat membangkitkan perasaan cinta kepada Allah, Rasulullah, dan agama melalui keselarasan musik dan pesan keagamaan. Hal ini seringkali tercermin dari suasana emosional yang Anda rasakan saat mendengarkan lagu-lagu tersebut. Pesan dalam musik Islami mempromosikan perilaku positif seperti kejujuran, kebaikan, dan kasih sayang. Hal ini menjadikan musik sebagai sarana yang efektif untuk perubahan sosial. Nasyid dan nyanyian Islami sering menjadi bagian dari kegiatan keagamaan seperti tabligh akbar, konser dan acara komunitas Muslim yang memperkuat solidaritas Islam dan ukhuwah. Nasyid dan lagu-lagu Islami memainkan peran strategis dalam komunikasi dakwah yang efektif dalam konteks kontemporer.

Dengan pendekatan kreatif yang menggabungkan nilai-nilai Islam, seni dan teknologi, musik dapat menjadi alat yang tidak hanya menghibur masyarakat tetapi juga mendidik dan membentuk kesadaran keagamaan yang kuat. Perpaduan antara khotbah dan musik ini menunjukkan bahwa seni dapat menjadi jembatan antara spiritualitas dan budaya kontemporer.

H. Tantangan Menjaga Nilai Islami dalam Industri Musik Modern

Tantangan dalam menjaga nilai-nilai Islam dalam industri musik kontemporer Industri musik kontemporer berkembang pesat dan mencakup beragam genre, gaya, dan teknologi maju. Namun, para pegiat budaya dan musisi yang ingin menjunjung tinggi nilai-nilai Islam harus menghadapi berbagai tantangan. Industri musik modern sangat dipengaruhi oleh tren pasar dan fokus komersial. Tantangan-tantangan tersebut seringkali membuat para musisi Islam dihadapkan pada dilema dalam menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam lirik dan penampilannya, atau menyesuaikan karyanya dengan selera pasar demi meraih popularitas dan keuntungan. Contoh tantangan: Tekanan untuk menciptakan lagu-lagu yang "viral" seringkali mendorong penggunaan tema, gaya, dan gambar yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam(Rizqy dkk., 2023). Kesulitan mendapatkan dukungan dari label besar yang mengutamakan musik mainstream. Larangan Musik Secara Syariah. Umat Islam mempunyai pandangan berbeda mengenai penggunaan alat musik tertentu, tema lirik, dan estetika hiburan secara keseluruhan. Tantangan ini memerlukan keseimbangan antara seni musik dan aturan syariah. Contoh tantangan: Pembatasan penggunaan instrumen tertentu sesuai dengan pandangan Fiqih. Teks tersebut harus tetap Islami tanpa kehilangan daya tariknya bagi audiens modern.

Persaingan dari Musik Non-Islam. Musik Islam bersaing langsung dengan musik arus utama yang seringkali "berani" dalam hal tema, visual dan promosi. Penonton yang terbiasa dengan musik kontemporer mungkin menganggap musik Islami kurang menarik atau relevan. Contoh Tantangan: Menyajikan karya musik Islami berkualitas tinggi yang setara dengan musik arus utama. Mengembangkan tema yang

relevan dengan kehidupan khalayak muda tanpa melanggar nilai-nilai Islam. Tantangan Teknologi dan Media Sosial(Syarifudin, 2021). Media sosial dan platform streaming menawarkan peluang besar bagi musik Islami tetapi membutuhkan inovasi yang cepat, terkadang dengan mengorbankan esensi Islam. Contoh tantangan: Tekanan untuk menciptakan konten yang menarik secara visual dapat mengakibatkan penyertaan unsur-unsur yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti pakaian, gaya hidup, atau simbolisme tertentu. Algoritma platform streaming seringkali mempromosikan konten yang menarik bagi banyak orang, bukan berdasarkan pesan moral atau nilai-nilai agama.

I. Optimalisasi Industri Kreatif untuk Dakwah

1. Kerjasama Ulama, Seniman, dan Sineas

Kolaborasi yang sinergis antara Ulama, Seniman, dan Sineas film dapat menghasilkan karya yang tidak hanya kreatif namun juga mempunyai landasan keislaman yang kuat.Ulama berperan sebagai penasihat spiritual dan teologis dalam proses kreatif. Mereka memastikan konten yang dihasilkan sejalan dengan nilai-nilai Islam.Memberikan bimbingan syariah mengenai topik, bahasa, dan pesan moral yang diajarkan. Menghindari kontroversi yang dapat mencoreng citra dakwah melalui kegiatan kreatif. Seniman bertanggung jawab menghidupkan pesan dakwah melalui unsur estetika seperti gambar, musik, dan cerita. Mengintegrasikan seni sebagai media penyampaian pesan Islam dengan cara yang menarik. Menjangkau khalayak yang lebih luas melalui daya tarik seni yang universal.

2. Peran Pembuat Film

Pembuat film bertanggung jawab merancang alur cerita, visual, dan teknik produksi untuk menciptakan karya berkualitas tinggi. Menerjemahkan pesan-pesan Islam ke dalam format visual atau audio yang dapat diterima masyarakat modern. Meningkatkan daya saing karya dakwah di pasar kreatif yang kompetitif. Menghasilkan karya yang kreatif, inspiratif, dan sesuai syariah. Memperkuat hubungan seni, teknologi, dan agama. Meningkatkan kredibilitas dakwah melalui

pendekatan profesional dan inovatif. Menghasilkan karya kreatif yang menginspirasi dan mendidik tanpa mengorbankan nilai-nilai syariat. Menghasilkan karya kreatif yang mendidik adalah kunci efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Ini merupakan langkah strategis. Langkah-langkah berikut dapat dilakukan: a. Mengatasi permasalahan terkait. Karya Dakwah harus fokus pada isu-isu kontemporer yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat seperti: Pendidikan karakter. Solidaritas Sosial dan Kemanusiaan. Masalah lingkungan hidup dalam perspektif Islam.

SM Memanfaatkan teknologi modern. Industri kreatif dapat memanfaatkan teknologi seperti. animasi, efek visual, dan platform digital untuk meningkatkan daya tarik karya khotbah. Contoh: Produksi film animasi Islami dan serial Islami anak-anak seperti "Perjalanan: Abdurrahman Bin Auf".

J. Referensi

Cerita Islam (Direktur). (2022, September 18). *Film Sedih Ayat Ayat Cinta 1 Full Movie HD* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=bs_ALQm7gYs

E, E., Usman, A., & Dafitri, H. (2019). Peluang Industri Kreatif Melalui Pelatihan Pembuatan Video Kreatif Bagi Mahasiswa Akademi Dakwah Indonesia Sumatera Utara. *Jurnal TUNAS*, *1*(1), Article 1. https://doi.org/10.30645/jtunas.v1i1.11

Huda, A. N. (2010). FILMING AYAT-AYAT CINTA: The Making of a Muslim Public Sphere in Indonesia. *JOURNAL OF INDONESIAN ISLAM*, *4*(1), Article 1. https://doi.org/10.15642/JIIS.2010.4.1.43-61

Iskandar, I. (2022). PENGEMBANGAN STRATEGI DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH MELALUI SENI DAN BUDAYA: MEMAHAMI PENYAMPAIAN NILAI-NILAI ISLAM MELALUI KESENIAN. *Etika: Journal of Islamic Communication and Broadcasting Science*, *1*(2), Article 2.

JAYANTRI, D. N. (2016). *REPRESENTASI IDENTITAS AGAMA DALAM FILM AYAT-AYAT CINTA* [S1, UAJY]. https://e-journal.uajy.ac.id/14001/

Marufah, H. (2024). Musik Populer dalam Dakwah Islam di Indonesia. *Alif Lam : Journal of Islamic Studies and Humanities*, *4*(02), Article 02. https://doi.org/10.51700/aliflam.v4i02.538

Muftisany, H. (2021). *Dakwah Lewat Film*. Intera.

Musyafak, M. A. (2013). FILM RELIGI SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, *2*(2), Article 2. https://doi.org/10.35878/islamicreview.v2i2.59

Paripurna, M. R. (2012). *Representasi Pesan Religi Pada Lirik Dan Video Klip Maher Zain*. https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/37225

Rahayu, L. B. (2022). Representasi Dakwah Dalam Film Ayat-Ayat Cinta 2 (Analisis Semiotik Tokoh Fahri). *Hikmah*, *16*(1), Article 1. https://doi.org/10.24952/hik.v16i1.4055

Ridwan, A., Dulwahab, E., Kom, M. I., Rustandi, R., & Fatoni, U. (2021). Dakwah Sejuk dan Peran Lembaga Penyiaran dalam Mencegah Radikalisme. *BERSIAP MENGHADAPI ASO*, 46.

Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, *1*(1), Article 1. https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146

Setiawan, H. C. B. (2020). *Manajemen Industri Kreatif: Teori dan Aplikasi*. PT. Berkat Mukmin Mandiri.

Shirazy, H. E. (2007). *Ketika Cinta Bertasbih Buku 1 Dwilogi Pembangun Jiwa*. Penerbit Republika.

Supratno, H. (2015). KONSTRUKSI AJARAN ISLAM DALAM NOVEL AYAT-AYAT CINTA DAN BUMI CINTA KARYA HABIBURRAHMAN EL SHIRAZY. *Paramasastra : Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra Dan Pembelajarannya*, *2*(2). https://doi.org/10.26740/paramasastra.v2n2.p%p

Syarifudin, S. (2021). IMBAS MUSIK ETNIK ISLAM NUSANTAR PADA ERA GLOBALISASI DI PROVINSI MALUKU. *Jurnal Studi Islam*, *10*(1), Article 1. https://doi.org/10.33477/jsi.v10i1.2228

Uyuni, B. (2023). *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa.

Wahyuningsih, S. (2019). *FILM DAN DAKWAH: MEMAHAMI REPRESENTASI PESAN-PESAN DAKWAH DALAM FILM MELALUI ANALISIS SEMIOTIK*. Media Sahabat Cendekia.

Wibowo, A., Wuryantoro, A., & Ricahyono, S. (2022). Nilai-Nilai Moral dalam Novel Ayat-Ayat Cinta Karya Habiburrahman El Shirazy. *Wewarah: Jurnal Pendidikan Multidisipliner*, *1*(1), Article 1. https://doi.org/10.25273/wjpm.v1i1.11806

BAB 10

DAKWAH MELALUI TULISAN DI KALANGAN PENDAKWAH MILENIAL

Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd.

(Badan Riset dan Inovasi Nasional)

ꕥ

A. Pendahuluan

Literasi memiliki peran fundamental dalam membangun peradaban dan memajukan masyarakat. Dalam konteks dakwah Islam, literasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam membentuk opini publik yang positif. Menurut Nurzakiyah (2018), literasi agama berperan penting dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai spiritual dan etika yang relevan dengan tantangan zaman. Di era digital ini, pentingnya literasi makin meningkat, terutama untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih relevan dan adaptif terhadap perubahan sosial. Sebagaimana dikemukakan oleh Muhdi dkk. (2024), tulisan dapat menjadi medium yang kuat untuk menyampaikan pesan dakwah secara mendalam, sistematis, dan berjangka panjang, bahkan dalam konteks lintas budaya.

Pendakwah milenial memiliki peranan strategis dalam mengoptimalkan literasi dakwah. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan teknologi, mereka memiliki akses luas ke berbagai wadah digital yang potensial untuk dakwah. (Pratama dkk., 2024) menyebutkan bahwa dakwah berbasis digital memberikan peluang besar untuk menjangkau audiens global tanpa batas geografis. Selain itu, generasi milenial dikenal memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap perubahan zaman, yang menjadi modal penting dalam mendesain dakwah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Namun,

budaya menulis di kalangan pendakwah seringkali terabaikan, baik karena minimnya keterampilan teknis maupun kurangnya pemahaman akan potensi besar dakwah berbasis tulisan. Hal ini sesuai dengan pandangan (Rusdi & Aisyah, 2024), yang menyatakan bahwa dakwah lisan cenderung mendominasi karena dianggap lebih cepat dan praktis dalam menjangkau audiens.

Tantangan dalam membangun budaya menulis di kalangan pendakwah milenial cukup kompleks. Dominasi dakwah lisan seringkali mengesampingkan pentingnya dokumentasi dalam bentuk tulisan. Padahal, menurut (Muhdi dkk., 2024), dakwah melalui tulisan memungkinkan penyampaian pesan yang lebih terstruktur dan memberikan peluang untuk menjangkau audiens lintas generasi. Literasi dakwah yang kuat juga menjadi pondasi dalam membangun opini publik yang positif terhadap Islam, khususnya di tengah arus informasi yang tidak selalu akurat. Hal ini relevan dengan pendapat (Nisa, 2024), yang menekankan pentingnya literasi berbasis data untuk mengatasi misinformasi dan narasi negatif.

Budaya menulis juga dapat menciptakan warisan intelektual yang berkelanjutan. Menurut (Pratama dkk., 2024), dokumentasi dakwah melalui tulisan memberikan nilai tambah signifikan dalam menjaga keberlanjutan pesan dakwah. Selain sebagai referensi ilmiah dan bahan edukasi, tulisan-tulisan dakwah mampu menjadi sumber inspirasi bagi generasi mendatang. Dalam konteks era disrupsi informasi, literasi dakwah dapat menjadi benteng menghadapi tantangan seperti berita palsu dan narasi negatif yang memengaruhi persepsi masyarakat secara luas.

Untuk mengatasi tantangan dalam pengembangan budaya menulis di kalangan pendakwah milenial, diperlukan upaya strategis yang mencakup pelatihan keterampilan menulis, optimalisasi media digital, dan pembentukan komunitas literasi yang mendukung kolaborasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Ustazah Fauziah Ramdani, S.Sos., M.Si., seorang penulis produktif dan pakar kepenulisan, dalam sebuah pelatihan kepenulisan di STIBA Makassar, beliau menekankan bahwa menulis adalah salah satu bagian penting dalam dakwah, sebagaimana perintah menulis yang sejalan dengan perintah membaca dalam Islam

(Stiba, 2024). Selain itu, Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., M.Ag., Psikolog, dalam sebuah pelatihan penulisan artikel dakwah di Universitas Islam Indonesia (UII), menyatakan bahwa menulis adalah membagi ilmu yang dimiliki untuk memudahkan urusan manusia dan memberi manfaat bagi manusia. Beliau juga menekankan bahwa menjadi penulis itu seperti menjadi matahari yang setiap waktu memberi cahaya bagi kehidupan (Purwantoro, 2022).

Dengan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal, pendakwah milenial memiliki peluang untuk menjangkau audiens global dan menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang relevan, menarik, dan berdampak. Pembentukan komunitas literasi yang solid juga dapat mendukung inovasi dalam dakwah berbasis tulisan. Dalam hal ini, kolaborasi antar pendakwah menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan literasi dakwah yang berkualitas tinggi dan mampu memberikan dampak jangka panjang.

B. Tantangan Literasi Dakwah di Kalangan Milenial

Pengembangan literasi dakwah di kalangan pendakwah milenial menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan perhatian serius. Berikut adalah beberapa hambatan utama beserta referensi yang relevan.

Banyak pendakwah muda memiliki wawasan agama yang mendalam, namun kurang terbiasa menyusun ide secara sistematis atau merangkai argumen dengan logis. Menurut Deni Darmawan, dosen agama D-III Sekretari Universitas Pamulang, minat mengikuti *workshop* atau seminar menulis di kalangan generasi milenial masih rendah. Mereka sering merasa tidak berbakat dan kurang kesadaran untuk mengembangkan keterampilan menulis, sehingga potensi literasi dakwah tidak berkembang optimal (Tangselmedia, 2020).

Media cetak seperti buku dan majalah masih memiliki daya tarik, terutama bagi segmen masyarakat tradisional. Namun, banyak pendakwah milenial belum mampu memanfaatkan media ini secara maksimal. Di sisi lain, wadah digital seperti blog, e-book, dan media sosial menyediakan peluang besar untuk menyebarkan pesan dakwah. Namun, penggunaan media digital seringkali dilakukan secara sporadis tanpa strategi terencana, sehingga pesan dakwah kehilangan dampaknya

dan sulit menjangkau audiens secara konsisten. Menurut Ummah (2022), pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, namun tantangan keterbatasan akses dan keterampilan masih memengaruhi pemanfaatannya.

Dakwah lisan lebih diminati karena sifatnya yang interaktif dan mudah diakses. Ceramah langsung, diskusi, dan dialog memberikan pengalaman personal yang mendalam bagi audiens. Namun, menulis sebagai metode dakwah memiliki keunggulan dalam hal dokumentasi dan keberlanjutan pesan. Tulisan memungkinkan pesan dakwah untuk terus dipelajari dan dirujuk oleh generasi mendatang, bahkan setelah pendakwah tidak lagi aktif. Menurut Muhammad Subhan, Pegiat Forum Aktif Menulis (FAM) Indonesia, menulis merupakan salah satu cara berdakwah paling dahsyat yang memungkinkan pesan-pesan dakwah lebih mengena dan mengabadi (Chalik, 2013).

Lembaga pendidikan, komunitas literasi, dan organisasi dakwah belum memberikan perhatian yang cukup terhadap pengembangan budaya menulis di kalangan pendakwah. Pelatihan, mentoring, dan akses terhadap sumber daya menulis sangat penting untuk menciptakan generasi pendakwah yang literat. Tanpa dukungan ini, pendakwah sulit mengembangkan potensi literasi mereka dan menghadapi kompleksitas dunia dakwah modern. Sebagai contoh, Lembaga Ta'lif wan-Nasyr Nahdlatul Ulama (LTNNU) Jawa Timur melalui *Literacy Center* menggelar Pelatihan Kader Literasi guna meningkatkan tradisi menulis buku di kalangan anak-anak muda NU (Miftahussurur, 2024).

Di era informasi yang serba cepat, arus konten digital seringkali didominasi oleh materi yang kurang relevan atau bahkan bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Kualitas konten dakwah harus mampu bersaing dengan derasnya informasi yang beredar. Pendakwah milenial perlu menciptakan konten tulisan yang menarik, informatif, dan relevan untuk menarik perhatian audiens dan memberikan dampak positif nyata. Menurut (Zaki, 2024), perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia dakwah. Media digital, terutama wadah seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast, telah menjadi sarana penting bagi para dai milenial untuk menyampaikan pesan-pesan Islam.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan tersebut, literasi dakwah di kalangan pendakwah milenial dapat berkembang menjadi pilar penting dalam memperkuat dakwah Islam di era modern. Pelatihan menulis, optimalisasi media digital, dan dukungan ekosistem literasi yang terstruktur harus menjadi prioritas strategis. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menegaskan bahwa pendakwah milenial memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan sosial melalui dakwah berbasis tulisan yang berkualitas tinggi.

C. Strategi Pengembangan Budaya Menulis

Pengembangan budaya menulis di kalangan pendakwah milenial memerlukan pendekatan komprehensif dan berkelanjutan untuk menjangkau audiens yang makin luas. Salah satu langkah strategis yang dapat diterapkan adalah memberikan pelatihan menulis kreatif dan jurnalistik. Pelatihan ini dirancang untuk mengasah kemampuan teknis pendakwah dalam menyusun ide secara sistematis, merangkai argumen logis, dan menyampaikan pesan menarik melalui tulisan. Menurut Deni Darmawan, dosen agama di Universitas Pamulang, minat generasi milenial dalam mengikuti workshop atau seminar menulis masih rendah. Mereka sering merasa tidak berbakat dan kurang kesadaran untuk mengembangkan keterampilan menulis, sehingga potensi literasi dakwah tidak berkembang optimal (smkmuh4ska, 2024).

Pemanfaatan media digital juga menjadi aspek penting dalam pengembangan budaya menulis. Blog, media sosial, dan e-book merupakan wadah potensial untuk menyebarkan pesan dakwah secara luas dan cepat. Namun, pendakwah perlu menguasai keterampilan tambahan, seperti pemahaman algoritma wadah digital dan penerapan strategi Search Engine Optimization (SEO). Dengan SEO, tulisan dakwah dapat lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet yang mencari informasi tentang nilai-nilai Islam. Penelitian Ummah (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses dan kurangnya keterampilan masih memengaruhi pemanfaatannya.

Selain itu, dokumentasi dakwah merupakan elemen penting dalam strategi pengembangan budaya menulis. Pendakwah perlu didorong untuk mencatat ceramah, pengalaman pribadi, dan refleksi mereka dalam bentuk tulisan yang terstruktur. Dokumentasi ini bukan hanya bertujuan mempertahankan pesan dakwah tetapi juga sebagai sumber referensi berharga bagi generasi mendatang. Menurut Muhammad Subhan, pegiat Forum Aktif Menulis (FAM) Indonesia, menulis merupakan salah satu cara berdakwah paling dahsyat yang memungkinkan pesan-pesan dakwah lebih mengena dan mengabadi (Chalik, 2013).

Kolaborasi dengan komunitas literasi dan organisasi dakwah juga menjadi langkah efektif untuk mempercepat pengembangan budaya menulis. Komunitas literasi menyediakan ruang bagi pendakwah untuk berbagi ilmu, pengalaman, dan inspirasi, serta mendukung satu sama lain dalam menghasilkan tulisan berkualitas. Selain itu, komunitas ini dapat membuka peluang untuk menerbitkan karya dakwah dalam skala lebih luas, baik melalui penerbitan tradisional maupun digital. Sebagai contoh, Lembaga Ta'lif wan-Nasyr Nahdlatul Ulama (LTNNU) Jawa Timur melalui Literacy Center menggelar Pelatihan Kader Literasi guna meningkatkan tradisi menulis buku di kalangan anak-anak muda NU (Miftahussurur, 2024).

Dengan menerapkan langkah-langkah strategis di atas dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, pendakwah milenial dapat membangun budaya menulis yang kompetitif. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas literasi dakwah tetapi juga memperluas dampak positifnya dalam masyarakat. Pendakwah yang terampil dalam menulis mampu menyampaikan pesan dakwah secara mendalam dan berkesinambungan, menjangkau audiens yang lebih luas, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan dakwah Islam di era modern.

D. Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah Dakwah Tulis

Optimalisasi media digital sebagai sarana dakwah tulisan merupakan langkah strategis yang sangat relevan di era teknologi modern. Media digital menawarkan peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang cepat, efektif, dan efisien. Salah

satu bentuk optimalisasi yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan wadah digital seperti blog, media sosial, dan e-book. Blog memungkinkan pendakwah menyajikan konten yang mendalam dan terstruktur, sementara e-book memberikan fleksibilitas kepada pembaca untuk mengakses materi dakwah kapan saja dan di mana saja. Menurut Lestari (2024), media sosial memfasilitasi interaksi dua arah, mempercepat penyebaran pesan, dan mendorong kreativitas dalam menyampaikan konten keagamaan, menjadikan dakwah lebih inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Penggunaan strategi SEO (*Search Engine Optimization*) adalah kunci utama dalam meningkatkan visibilitas konten dakwah di dunia maya. Dengan mengoptimalkan kata kunci yang relevan, pendakwah dapat memastikan bahwa konten mereka lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet yang mencari informasi terkait nilai-nilai Islam. Menurut Aura (2023), SEO mencakup berbagai elemen, termasuk pemilihan kata kunci, optimasi konten, dan tautan balik, yang semuanya berperan dalam meningkatkan peringkat situs web di mesin pencari. Teknik SEO, seperti penggunaan meta deskripsi, tag, dan *backlink*, dapat meningkatkan peringkat konten di mesin pencari sehingga menjangkau audiens yang lebih luas.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter adalah alat yang sangat efektif untuk mendistribusikan konten tulisan dakwah. Wadah ini memungkinkan interaksi langsung dengan audiens, yang tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga membantu pendakwah memahami kebutuhan dan aspirasi audiens mereka. Fitur komentar, polling, atau sesi tanya jawab di media sosial dapat digunakan untuk menciptakan komunikasi interaktif dengan pembaca. Menurut Ummah (2022), media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan dakwah mencapai jangkauan yang luas, dengan interaktivitas yang memungkinkan dialog dan tanya jawab lebih mudah dilakukan.

Selain itu, media sosial memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan dengan cara yang lebih visual. Penggunaan infografis, video pendek, dan konten interaktif lainnya di media sosial dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah, terutama bagi generasi milenial dan Gen Z yang lebih responsif terhadap konten visual. Menurut artikel

di Melintas, untuk mencapai generasi Z, dakwah harus disajikan dengan cara yang sesuai dengan gaya hidup, preferensi, dan tantangan yang dihadapi oleh mereka dalam lingkungan digital (Suryani, 2024).

Pendakwah juga perlu menguasai teknik storytelling digital untuk meningkatkan daya tarik konten dakwah mereka. Dengan menceritakan pengalaman dakwah atau refleksi spiritual dalam bentuk tulisan yang dikemas menarik, pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh audiens yang beragam. Menurut Suryani (2024), mengemas konten dakwah di era digital memerlukan pemahaman tentang wadah media sosial yang digunakan oleh generasi muda, serta penyajian yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi mereka.

Kolaborasi dengan wadah digital yang lebih besar, seperti portal berita atau situs edukasi, dapat membantu memperluas distribusi tulisan dakwah. Kerja sama ini memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih heterogen, termasuk mereka yang mungkin tidak aktif mencari informasi tentang Islam. Menurut (Hardiansyah, 2024), media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif, dengan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Dengan memanfaatkan media digital secara optimal, pendakwah milenial dapat menjadikan dakwah tulisan sebagai alat yang efektif dan relevan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam. Langkah-langkah strategis seperti penggunaan SEO, teknik storytelling, dan kolaborasi digital memungkinkan dakwah tulisan menjangkau audiens yang lebih luas, menciptakan dampak positif yang berkesinambungan. Sebagai pilar penting dakwah modern, optimalisasi media digital memberikan peluang besar bagi pendakwah untuk menginspirasi perubahan sosial yang lebih baik melalui pesan-pesan Islam.

E. Kolaborasi dan Jaringan dalam Literasi Dakwah

Kerja sama antara pendakwah, penulis, dan penerbit memainkan peran strategis dalam memperluas distribusi karya dakwah. Pendakwah dengan wawasan mendalam tentang ajaran Islam sering menghadapi tantangan dalam mengemas pesan mereka menjadi tulisan yang menarik dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Di sinilah peran penulis menjadi sangat penting. Penulis dapat membantu menyusun ide-ide

dakwah menjadi karya yang terstruktur, menggunakan bahasa yang sesuai dengan audiens, dan menyisipkan narasi yang menarik untuk memperkuat daya tarik pesan.

Penerbit, baik dalam format cetak maupun digital, bertugas mendistribusikan karya tersebut sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Menurut Abdullah (2023), kolaborasi ini menciptakan ekosistem literasi dakwah yang produktif. Setiap pihak saling melengkapi untuk menghasilkan karya yang tidak hanya berkualitas tetapi juga berdampak luas. Hal ini sejalan dengan pendapat Atorid (2022), yang menekankan pentingnya sinergi antara pendakwah, penulis, dan penerbit dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media yang relevan dan kontekstual.

Selain kolaborasi dengan penulis dan penerbit, komunitas literasi dakwah merupakan elemen kunci dalam mendukung perkembangan budaya menulis. Komunitas ini dapat menjadi ruang bagi pendakwah untuk berbagi ilmu, pengalaman, dan inspirasi selama proses penulisan. Dalam komunitas ini, pendakwah tidak hanya memperoleh kritik membangun yang membantu meningkatkan kualitas tulisan mereka, tetapi juga mempelajari teknik baru yang relevan dengan perkembangan zaman. Menurut Sutrisno (2023), keberadaan komunitas literasi tidak hanya memperkuat solidaritas antar pendakwah, tetapi juga berfungsi sebagai katalisator dalam menciptakan karya-karya dakwah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Komunitas ini dapat mengadakan berbagai kegiatan, seperti pelatihan menulis, lokakarya, atau diskusi kelompok yang fokus pada pengembangan literasi dakwah. Dengan komunitas yang aktif, pendakwah memiliki wadah untuk tumbuh bersama, berbagi ide, dan meningkatkan produktivitas dalam menghasilkan karya tulis yang bermutu.

Lembaga pendidikan dan organisasi dakwah memiliki peran penting dalam mendorong budaya menulis di kalangan pendakwah. Institusi pendidikan dapat menyelenggarakan program-program seperti pelatihan menulis kreatif, seminar literasi dakwah, atau kompetisi menulis untuk melibatkan pendakwah muda. Program-program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga memotivasi para pendakwah untuk berkontribusi melalui tulisan. Di sisi lain, organisasi

dakwah dapat memberikan penghargaan kepada pendakwah yang menghasilkan karya tulis berkualitas, menciptakan budaya apresiasi yang mendorong pendakwah lain untuk ikut terlibat. Menurut artikel di Situs Budaya (2023), pendidikan memainkan peran penting dalam membentuk budaya literasi dengan mengajarkan keterampilan membaca, menulis, dan berpikir kritis sejak dini. Selain itu, lembaga pendidikan juga dapat memasukkan literasi dakwah sebagai bagian dari kurikulum, yang mencakup keterampilan menulis dan penerapan teknologi digital. Dengan dukungan yang holistik dari lembaga-lembaga ini, budaya literasi dakwah dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak signifikan bagi masyarakat.

Kerja sama strategis antara pendakwah, penulis, penerbit, komunitas literasi, dan lembaga pendidikan menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan literasi dakwah secara berkelanjutan. Dengan kolaborasi yang terencana, pendakwah dapat menghasilkan karya-karya yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan masyarakat modern tetapi juga berdampak positif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Program-program literasi ini memberikan landasan kuat untuk memperkuat peran dakwah tulis sebagai alat transformasi sosial, spiritual, dan intelektual. Dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak akan memastikan bahwa literasi dakwah terus berkembang sebagai pilar utama dalam dakwah Islam di era modern.

F. Dampak Tulisan Dakwah bagi Pendakwah Milenial dan Masyarakat

Tulisan dakwah yang berkualitas memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam. Konten dakwah yang terstruktur, logis, dan didukung oleh dalil-dalil yang relevan membantu pembaca memahami nilai-nilai Islam secara lebih mendalam dan sistematis. Pendekatan ini memastikan bahwa pembaca tidak hanya mendapatkan informasi agama tetapi juga panduan praktis yang aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Literasi dakwah yang berkualitas menjadi jembatan penting dalam mengatasi kesenjangan informasi antara generasi muda yang akrab dengan teknologi dan ajaran Islam tradisional yang kaya akan nilai-nilai spiritual. Menurut artikel di

Tangerang Daily (2024), dakwah berperan sebagai proses transformatif yang membentuk karakter individu dan masyarakat, mengarahkan menuju kehidupan yang lebih baik di dunia dan akhirat. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang baik mampu menjadi panduan spiritual bagi masyarakat modern, khususnya dalam menghadapi tantangan kompleks seperti perubahan sosial, krisis moral, dan disinformasi tentang Islam.

Selain meningkatkan pemahaman, tulisan dakwah yang disajikan secara profesional dan relevan berperan besar dalam membentuk opini publik yang positif terhadap Islam. Dengan mengemas pesan-pesan Islam dalam format yang informatif dan menarik, tulisan dakwah dapat melawan narasi negatif yang seringkali mendominasi media. Misalnya, artikel yang membahas kontribusi Islam terhadap perdamaian dunia, keadilan sosial, atau keberlanjutan lingkungan mampu memperkuat citra Islam sebagai agama yang universal dan inklusif. Menurut Hardiansyah (2024), media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif, dengan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Lebih lanjut, penelitian Ummah (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam dakwah memiliki potensi pengaruh dan dampak yang positif terhadap audiens, seperti peningkatan aksesibilitas informasi keagamaan dan penyebarluasan nilai-nilai Islam yang moderat. Dengan pendekatan ini, tulisan dakwah tidak hanya menjadi alat edukasi tetapi juga media advokasi yang mampu memperkuat posisi Islam di tengah tantangan global.

Lebih dari itu, tulisan dakwah memiliki potensi besar untuk menginspirasi generasi muda agar berpartisipasi aktif dalam aktivitas dakwah. Cerita-cerita inspiratif, pengalaman spiritual, atau refleksi kehidupan yang disajikan dalam tulisan dapat menciptakan rasa keterhubungan yang mendalam dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan naratif ini memungkinkan pembaca muda untuk melihat relevansi Islam dalam kehidupan mereka, sekaligus memotivasi mereka untuk terlibat lebih jauh dalam gerakan dakwah. Menurut Setiabudi (2023), pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah mampu memberikan efek dan nilai positif bagi umat Islam, seperti kemudahan akses

informasi keislaman dan pembelajaran ajaran Islam di mana pun dan kapan pun. Pendekatan naratif yang relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda adalah salah satu cara paling efektif untuk menarik perhatian mereka terhadap nilai-nilai agama.

Secara keseluruhan, tulisan dakwah yang berkualitas tidak hanya berfungsi sebagai medium untuk menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk opini publik, menjembatani kesenjangan generasi, dan menginspirasi partisipasi aktif dalam dakwah. Dengan pendekatan yang terstruktur, kontekstual, dan relevan, tulisan dakwah dapat memberikan dampak mendalam bagi pembaca sekaligus memperkuat posisi Islam sebagai agama yang membawa rahmat dan solusi bagi tantangan kehidupan modern.

G. Referensi

Abdullah, D. P. (2023). *Literasi di Blantika Dakwah: Kumpulan Hikmah untuk Merancang Menara Peradaban*. Yayasan Mitra Insani.

Atorid, A. N. Z. (2022, April 25). *Kolaborasi Menulis Kreatif dan Dunia Dakwah*. https://retizen.republika.co.id/posts/115414/kolaborasi-menulis-kreatif-dan-dunia-dakwah

Aura, S. (2023, December 4). *Pentingnya SEO dalam Digital Marketing: Meningkatkan Peringkat dan Trafik Website Anda*. https://www.qlausul.com/jurnal/pentingnya-seo-dalam-digital-marketing-meningkatkan-peringkat-dan-trafik-website-anda/

Chalik, A. (2013, November 18). *Menulis, Cara Berdakwah yang Dahsyat*. https://hidayatullah.or.id/menulis-cara-berdakwah-yang-dahsyat/

Hardiansyah, A. R. (2024, August 23). *Optimalisasi Dakwah di Era Digital, Menyikapi Tantangan dan Peluang Komunikasi di Media Sosial* . https://www.kompasiana.com/abdulrahmanhardiansyah1423/66c8a356c925c41f657ef4d2/optimalisasi-dakwah-di-era-digital-menyikapi-tantangan-dan-peluang-komunikasi-di-media-sosial

Lestari, N. (2024). Optimalisasi Dakwah di Era Modern melalui Media Sosial. *Qawwam: The Leader's Writing*, *5*(1), 35–42. https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334

Miftahussurur, W. (2024, June 30). *Tingkatkan Tradisi Menulis, LTNNU Jatim Gelar Pelatihan Kader Literasi*. https://jatim.nu.or.id/tapal-

kuda/tingkatkan-tradisi-menulis-ltnnu-jatim-gelar-pelatihan-kader-literasi-B337V

Muhdi, A., Kurdi, M. S., Mardiah, Kamaruddin, I., & Purnama, Y. (2024). Digital Literacy in Islamic Education: Assessing The Efficacy of Online Learning Wadahs in Fostering Religious and Academic Development. *International Journal of Teaching and Learning (INJOTEL)*, *2*(1), 14–30. https://injotel.org/index.php/12/article/view/44/67

Nisa, K. (2024). Peran Literasi di Era Digital Dalam Menghadapi Hoaks dan Disinformasi di Media Sosial. *Impressive: Journal of Education*, *2*(1), 1–11. https://doi.org/10.61502/ijoe.v2i1.75

Nurzakiyah, C. (2018). Literasi Agama sebagai Alternatif Pendidikan Moral. *Jurnal Penelitian Agama*, *19*(2), 20–29. https://doi.org/10.24090/jpa.v19i2.2018.pp20-29

Pratama, A. R., Aprison, W., Yulius, Latifa, N., & Syafrudin. (2024). Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital. *Tabayyun*, *5*(1). https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68

Purwantoro, W. H. (2022, January 27). *Pertajam Dakwah Digital, FPSB Gelar Pelatihan Menulis Artikel Dakwah*. https://fpscs.uii.ac.id/blog/2022/01/27/pertajam-dakwah-digital-fpsb-gelar-pelatihan-menulis-artikel-dakwah/

Rusdi, H. R., & Aisyah, N. (2024). Analisis Tingkat Efektivitas Media Dakwah Melalui Lisan dan Tulisan pada Mahasiswa di Era 4.0. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, *10*(3). https://doi.org/10.31949/educatio.v10i3.8372

Setiabudi, K. D. (2023, November 28). *Efektifitas Berdakwah Melalui Media Sosial*. https://muslim.or.id/89726-efektifitas-berdakwah-melalui-media-sosial.html

Situsbudaya. (2023, July 14). *Budaya-budaya Literasi: Menerapkan Keterampilan Membaca dan Menulis dalam Kehidupan Sehari-hari*. https://situsbudaya.id/budaya-budaya-literasi/

smkmuh4ska. (2024, June 28). *Menjadi Jurnalis Muda yang Berkualitas di Era Milenial*. https://smkmuh4ska.sch.id/menjadi-jurnalis-muda-yang-berkualitas-di-era-milenial/

Stiba. (2024, October 20). *Pelatihan Kepenulisan UKM Jurnalistik Putri STIBA Makassar: Revolusi Dakwah di Era Digital*. https://stiba.ac.id/2024/10/20/pelatihan-kepenulisan-ukm-jurnalistik-putri-stiba-makassar-revolusi-dakwah-di-era-digital/

Suryani, L. (2024, June 25). *Mengemas Konten Dakwah di Era Digital dan Sesuai dengan Gaya Hidup Generasi Z*. https://www.melintas.id/opini/344793471/opini-mengemas-konten-dakwah-di-era-digital-dan-sesuai-dengan-gaya-hidup-generasi-z

Sutrisno. (2023, November 7). *Mendorong Literasi: Peran Organisasi dan Komunitas*. https://www.kompasiana.com/penadebu/6549600cedff76425c066122/mendorong-literasi-peran-organisasi-komunitas

Tangerangdaily. (2024, December 6). *Dakwah: Pilar Esensial Pembangunan Masyarakat Islam yang Berkualitas*. https://tangerangdaily.id/dakwah-pilar-esensial-pembangunan-masyarakat-islam-yang-berkualitas/

Tangselmedia. (2020, July 1). *Dosen Agama Unpam Menggelar Workshop Menulis Bagi Generasi Milenial*. https://tangselmedia.com/dosen-agama-unpam-menggelar-workshop-menulis-bagi-generasi-milenial.html

Ummah, N. H. (2022). Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, *X*, 151–169. http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd

Zaki. (2024, November 26). *Dampak dan Solusi untuk Dai Milenial Dakwah di Media Digital*. https://www.kompasiana.com/bangzaki9980/674537d0c925c46c4a54a0d3/dampak-dan-solusi-untuk-dai-milenial-dakwah-di-media-digital

BAB 11

DAKWAH DIWILAYAH TERPENCIL DAN KOMUNITAS MUSLIM MINORITAS

Yeni Yasyah Sinaga, Sos.I, M.A

(Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru)

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan seruan, atau ajakan untuk sepenuh hati memahami, menerima dan mengamalkan hukum Islam. Tujuan utama dakwah adalah menyampaikan ajaran Islam seperti akidah (doktrin ketauhidan), syariah (ibadah dan mu'amalah), dan akhlak baik kepada umat Islam maupun non-Muslim. Ketiga unsur tersebut tidak hanya menjadi pilar utama pengamalan Islam Kaffah, namun juga menjadi unsur utama dalam proses pengamalan dakwah. Mengingat luasnya cakupan hukum Islam yang perlu di dakwahka kepada masyarakat, maka dakwah juga perlu dipahami dalam konteks universa. Hal ini juga berarti dakwah tidak dipahami hanya sekedar aktivitas mimbar belaka, namun dakwah juga termasuk juga kegiatan akademis yang mendorong masyarakat untuk memahami dan mengikuti hukum Islam secara Kaffah.

Pada dasarnya amalan dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam sesuai dengan kemampuan dan keterampilannya. Kewajiban ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Imron Ayat 114 dan 110. Berdasarkan kedua ayat tersebut, para ulama sepakat bahwa hukum dasar dakwah adalah *Fardhu*, namun ada juga yang menyebutkan *Fardhu 'ain* dan ada pula yang menyebutkan *Fardhu Kifayah* (Aziz, 1997). Perbedaan ini adalah bagian dari mekanika ilmiah dan tidak perlu diperdebatkan terlalu luas. Namun perlu dipahami bahwa dakwah adalah kewajiban yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan bidang

keahlian masing-masing individu dan disebut juga dengan dakwah profesional. Sepanjang sejarahnya, dakwah yang baik, yang dikembangkan melalui kegiatan mimbar, massa, dan pendekatan akademis, telah mengalami dinamika yang unik. Berbagai permasalahan media dan tantangan terus bermunculan di jalan dakwah dari waktu ke waktu, seperti dakwah di wilayah terpencil dan berada di komunitas Muslim minoritas. Situasi ini tentu saja tidak menguntungkan bagi masyarakat yang tinggal di wilayah minoritas Muslim. Sebab, berbagai posisi kunci di pemerintahan daerah dipegang oleh kelompok mayoritas non-Muslim, yang tentu saja kurang memberikan perhatian terhadap dakwah Islam. Pedoman yang akan diterapkan akan sangat diskriminatif dan berdampak kecil atau tidak sama sekali terhadap dakwah Islam. Etnis minoritas masih menghadapi permasalahan serius di Indonesia, dimana kelompok yang paling rentan adalah korban intoleransi, diskriminasi dan kekerasan.

Dalam kehidupan sehari-hari, istilah mayoritas dan minoritas selalu mengacu pada agama, suku, dan ras. Fenomena ketegangan agama antara mayoritas dan minoritas kerap menimpa umat Islam. Di Indonesia hal ini sering terjadi karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Namun bukan berarti fenomena ini patut diabadikan. Mengingat etos bangsa Indonesia adalah menghargai keberagaman, maka harus dicarikan solusinya. Kegiatan dakwah Islam pada dasarnya bersifat soliter, sedikit interaksi dengan kegiatan ain. Oleh karena itu, cara kerja seperti ini tidak terlalu efektif untuk menumbuhkan nilai-nilai yang kompleks. Itu sebabnya para da'I dan tokoh masyarakat berkolaborasi dalam pekerjaannya sehari-hari. Selain itu kelemahan dakwah Islam pada masyarakat juga terdapat pada bidang teologi dalam implementasinya. Hambatan ini cenderung muncul di bidang moralitas, yang diarahkan pada persoalan adab yang belum dipahami oleh seluruh umat beragama secara keseluruhan. Dalam ibadah diajarkan sebagai kegiatan keagamaan sehari-hari dan tidak cukup sebagai proses pengembangan karakter saja. Dalam bidang syariat Islam dipahami sebagai seperangkat aturan yang tidak berubah seiring berjalannya waktu, serta kurangnya pemahaman tentang dinamika dan agamanya. Bertentangan dengan semangat hukum Islam, Islam diajarkan lebih

sebagai dogma dan tidak menumbuhkan kecintaan terhadap akal dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Dalam upaya mewujudkan dakwah Islam, misi Da'i adalah membimbing, mendidik, melatih masyarakat, menguatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah yang ditanamkan di lingkungan tempat tinggalnya. Penerimaan dan keterbatasan suatu masyarakat yang berkepentingan dalam mengamalkan agama, memanfaatkannya untuk diri sendiri dan untuk kepentingan orang lain, serta menjadikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, seorang Da'i memegang peranan penting dalam proses aktivitas dakwah, karena ia perlu menguasai berbagai macam strategi dakwah dalam proses penyampaian dakwah. Dalam hal ini, penggunaan strategi dakwah yang tidak tepat akan menghambat perumusan tujuan dakwah yang telah ditentukan.

Mengamalkan dakwah bukanlah hal yang mudah, namun juga bukan hal yang sulit dilakukan. Dikatakan sulit karena Da'I tidak hanya memiliki tugas untuk menyebarkan informasi tentang syariat Islam saja kepada masyarakat, Da'i juga memerlukan persyaratan khusus, seperti memiliki karakter, ketaatan yang tinggi terhadap Islam, berilmu dan berakhlak mulia agar materi dakwah yang diberikan mempunyai daya tarik yang kuat dan meninggalkan kesan di benak masyarakat terhadap Da'i dan materi dakwah. Hal ini dengan cepat di terima oleh masyarakat dan berkebang lebih jauh. Dikatakan tidak sulit karena proses dakwah dilakukan di zaman modern. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan media yang efektif seperti media Cetak dan elektronik, termasuk media visual dan audiovisual. Akan tetapi hal ini tidak berlaku bagi kelompok minoritas Muslim yang tinggal di daerah terpencil disebabkan keterbatasan akses infrastruktur seperti pembatasan jalan, jaringan internet, dan sarana komunikasi lainnya di daerah terpencil. Selain itu keterbatasan sumber daya dan kendala bahasa, kurangnya sumber daya manusia, keuangan dan teknis serta perbedaan bahasa dan dialek ini dapat menghambat komunikasi. Selanjutnya terjadi juga keterbatasan akses informasi dan pengetahuan tentang agama. Mengingat pelaksanaan dakwah itu bisa dilakukan dengan mudah atau sulit, maka Da'I harus cerdas dan bisa menyadari berbagai tantangan yang berkembang di

masyarakat, baik yang bersifat harfiah maupun bersifat fenomenal, dan memberikan solusi yang tepat. Mereka haruslah betul-betul orang yang cerdas yang dapat memberikan solusi yang bisa diandalkan. Agar masyarakat tetap selaras dengan tuntutan dan ketentuan hukum Islam. Secara sederhana, tantangan dakwah yang dapat diidentifikasikan dengan jelas adalah tantangan geografis karena berada di daerah terpencil (pegunungan atau di pulau-pulau kecil), kondisi alam (cuaca ekstrim, banjir, gempa bumi, atau bencana alam lainnya), jarak dan waktu tempuh yang jauh untuk mencapai masyarakat, serta transportasi terbatas atau kurangnya pilihan transportasi yang sesuai. Berbagai tantangan ini akan berdampak pada keterbatasan penyebaran dakwah karena mengalami kesulitan dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah sehingga kurangnya pemahaman terhadap ajaran agama menjadi sulit karena keterbatasan akses informasi, bahkan sulit untuk mengakses layanan keagamaan seperti pendidikan dan bantuan sosial sebab terisolasi dari komunitas lain.

B. Tantangan Dakwah di Wilayah Terpencil

Tantangan dakwah merupakan kesulitan dan hambatan dalam menyebarkan ajaran agama, nilai dan keyakinan di masyarakat. Kondisi mad'u selalu menjadi pertimbangan dalam dakwah yang dilakukan. Dengan demikian, setiap objek daerah yang berbeda dapat menjadi latar belakang cara Da'i yang berbeda dalam menyampaikan dakwah. Berbagai nuansa penyampaian dakwah yang dilakukan para Da'i merupakan upaya untuk memudahkan para mad'u dalam menerima pesan keagamaan yang dikirimkan. Tentu saja upaya tersebut mempengaruhi respon masyarakat, dan respon inilah yang akan menentukan apakah dakwah yang dilaksanakan efektif atau tidak. Kewajiban setiap Muslim yang telah baligh berusaha menyampaikan risalah positif yang bernuansa keagamaan dan risalah ketuhanan kepada masyarakat, baik di Kota maupun di desa (terpencil). Di daerah perkotaan nuansa dakwah telah meluas ke urusan publik seperti politik dan organisasi, dan materi dakwah tidak terlalu monoton dibanding di daerah terpencil. Jika dicermati terungkap bahwa di daerah terpencil memiliki ciri khas yang unik. Ciri khas tersebut diantaranya materi

dakwah tidak diperbolehkan masuk ke ruang publik. Contohnya dakwah hanya bisa disampaikan pada peringatan hari-hari penting Islam aja, kecuali dakwah pada khutbah Jum'at dan keagamaan pada acara pengajian (Abidin, 2013).

Dakwah di masyarakat terpencil merupakan kewajiban seluruh elemen masyarakat. Dalam realitas masyarakat terpencil saat ini, terdapat berbagai macam metode yaitu, *pertama* dakwah *bil hikmah*, yang memusatkan perhatian pada kemampuan diri dan memperhatikan situasi dan kondisi tujuan dakwah. Materi yang disampaikan Da'i mudah dipahami dan tidak membosankan. *Kedua,* dakwah melalui *mau'idzatu hasanah*, yaitu berdakwah atau menyampaikan ajaran Islam dengan perasaan cinta atau kebaikan agar apa yang disampaikan da'i bisa bergema di hati mad'u. *Ketiga, mujadalah billati hiya ahsan* yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara bertukar pikiran, bertanya dan menjawab serta berdakwah dengan sebaik-baiknya tanpa memberikan tekanan yang memberatkan terhadap tujuan dakwah. Hal ini memungkinkan da'I mengetahui pertanyaan apa yang diajukan kelompok atau individu tentang masalah kehidupan. Islam pada hakikatnya terdiri dari aturan-aturan yang terdapat dalam kitab Allah swt dan Rasul-nya, yang meliputi larangan dan perintah yang menjadi pedoman hidup manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Untuk mencapai itu semua, umat Islam perlu mencapai tiga hal utama yang penting. Apalagi menyangkut persoalan, yang pertama yaitu aqidah, kedua syariah sebagai pedoman bagi umat Islam untuk mengambil jalan yang lebih positif. Demikian firman Allah swt QS Ar-Rad ayat 11:

لَهٗ مُعَقِّبٰتٌ مِّنْۢ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهٖ يَحْفَظُوْنَهٗ مِنْ اَمْرِ اللّٰهِ ۗاِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْ ۗوَاِذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِقَوْمٍ سُوْۤءًا فَلَا مَرَدَّ لَهٗ ۚوَمَا لَهُمْ مِّنْ دُوْنِهٖ مِنْ وَّالٍ.

Artinya: *Bagi (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia* (QS Ar Ra'd: 11)

Ayat diatas menjelaskan tentang dua perubahan oleh dua subjek. Yang pertama adalah perubahan sosial yang penciptanya adalah Allah swt, kedua adalah perubahan sosial dalam pribadi seseorang, pelakunya adalah orang itu sendiri (Pramono, 2006). Oleh Karena itu, dalam hal penyajian ayat diatas, dalam pengertian masyarakat terpencil, baik masyarakat perkotaan maupun pedesaan, niscaya perubahan yang dilakukan akan dilakukan oleh Allah sesuai dengan syariat-nya. Maka para da'I berbondong-bondong mengajak dan menyeru masyarakat kecil itu untuk datang melaksanakan perintah Allah swt dan menjauhi segala larangannya sesuai dengan hukum syariat yang berlaku.

1. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam konteks dakwah mengacu pada kemudahan dan kemampuan individu atau organisasi untuk menjangkau dan mengkomunikasikan pesan dakwah kepada masyarakat. Aksesibilitas dalam konteks dakwah di daerah terpencil mengacu pada kemudahan da'i dan masyarakat dalam mengakses layanan dakwah, informasi keagamaan, dan infrastruktur pendukung. Hal ini mencakup kemampuan menjangkau daerah masyarakat terpencil serta tersedianya infrastruktur pendukung yang memungkinkan terselenggaranya dakwah secara efektif. Terdapat beberapa faktor yang menghambat akses transportasi dan infrastruktur yang mendukung penyebaran dakwah di daerah terpencil. Sulitnya transportasi di banyak daerah terpencil, sulit nya transportasi merupakan salah satu kendala utama. Daerah terpencil ini seringkali sulit diakses oleh angkutan umum, sehingga memerlukan waktu tempuh yang sangat lama dan biaya transportasi yang tinggi jika memungkinkan. Tantangan transportasi di daerah terpencil antara lain: Permukaan jalan yang rusak berlubang bahkan belum diaspal membuat perjalanan menjadi sulit terutama saat datang musim hujan, kondisi transportasi tidak nyaman sebab tidak ada angkutan umum bahkan mode transportasi terbatas karena di daerah terpencil seringkali hanya bisa diakses dengan menggunakan kendaraan tertentu seperti kendaraan roda dua, truk atau perahu yang semua itu tidak memiliki jangkauan luas, jarak antara pusat dakwah dengan Kota besar dan daerah terpencil sangat jauh, sehingga perjalanan

menjadi mahal dan memakan waktu. Daerah pedesaan di Indonesia merupakan salah satu hambatan dalam menyebarkan pesan dakwah dan diperlukan lebih banyak upaya untuk menjangkau masyarakat.

Infrastruktur pendukung dakwah seperti masjid, tempat ibadah, dan fasilitas umum lainnya seringkali kurang memadai di daerah terpencil. Tantangan yang terkait dengan infrastruktur pendukung ini termasuk lemahnya jaringan internet yang menyulitkan dakwah dan komunikasi jarak jauh yang didukung teknologi, pasokan listrik yang tidak dapat diandalkan. Hal ini menimbulkan tantangan serius bagi pengemangan dakwah dan dapat menghambat akses terhadap pendidikan. Ada beberapa alasan mengapa hal ini menjadi masalah. Terbatasnya akses terhadap informasi tanpa jaringan komunikasi yang baik, sulit bagi para da'i dan jamaah lokal untuk mengakses informasi relevan mengenai agama, pendidikan, dan perkembangan dunia luar. Ini lah yang membatasi pemahaman dan pengetahuan mereka dalam konteks dakwah Islam secara umum (Nasir, 2018). Keterbatasan Secara geografis di daerah terpencil yang seringkali sulit menemukan tempat ibadah yang sesuai bahkan ditemukan dalam kondisi tidak layak pakai, yang menghambat kegiatan dakwah yang melibatkan aktivitas ibadah bersama, hak ini juga menjadi tantangan besar bagi penyebaran dakwah yang efektif. Begitu juga dalam banyak kasus seringkali tidak ada sekolah atau pusat pendidikan agama yang memadai yang menyediakan bersama. Oleh karena itu sulit bagi masyarakat untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas.

2. Minimnya Pendakwah

Minimnya da'i yang bersedia berdakwah di daerah terpencil menjadi salah satu tantangan terbesar dalam menyebarkan dakwah, terutama di daerah-daerah yang jauh dari pusat kota besar dan daerah-daerah yang sulit diakses. Keterbatasan dalam penggunaan teknologi tanpa akses yang tepat terhadap teknologi, da'i di daerah terpencil kesulitan menggunakan media digital yang dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan dakwah kepada khalayak yang lebih luas (Yakub, 2017). Disamping aksesibilitas dan infrastruktur, ada beberapa alasan praktis seperti masalah sosial dan ekonomi,

mengapa jumlah da'i yang bersedia atau mampu mengemban tugas dakwah di daerah terpencil merasa enggan untuk bersedia menyampaikan dakwah, berikut alasannya:

1) Faktor usia dan kesehatan
2) Keterbatasan sumber daya manusia

   Dampak dan minimnya fasilitas pendidikan agama melahirkan para da'i yang tidak memiliki pendidikan formal dan tidak mampu melaksanakan tugas sebagai da'i. Di daerah terpencil juga tidak ada pelatihan dakwah bagi para da'i. Kurangnya pelatihan bagi para da'i ini menyebabkan berkurangnya minat berdakwah di daerah tersebut

3) Faktor ekonomi

   Kondisi perekonomian di daerah terpencil mayoritas miskin karena kesempatan kerja sangat terbatas. Tinggal di daerah ini dianggap kurang layak secara ekonomi bagi para da'i terutama ketika biaya hidup tinggi dan kurangnya insentif yang tidak mencerminkan kondisi kehidupan di daerah terpencil.

4) Kurangnya motivasi dan semangat dakwah

   Kurangnya motivasi dan kehidupan sosial yang terpencil menimbulkan tantangan emosional dan tidak semangatnya dalam berdakwah, ini merupakan tantangan yang besar bagi para da'i, sebab banyak da'i yang tidak mau terjun dalam bidang ini karena banyak yang merasa kesepian dan terisolasi sebab kurangnya motivasi sosial di daerah terpencil

5) Keterbatasan waktu dan prioritas

   Daerah yang sulit diakses dan memerlukan waktu yang cukup lama untuk dikunjungi mungkin memiliki prioritas yang lebih rendah dibandingkan dakwah di lokasi lain yang mudah dijangkau. Hal ini menyebabkan jumlah da'i yang bisa berdakwah di wilayah terpencil semangkin berkurang, karena banyak da'i yang lebih memilih berdakwah di daerah dengan masa bakti singkat dan tidak ada komitmen jangka panjang.

3. Tantangan Sosial

Tantangan sosial dalam melakukan dakwah di daerah terpencil mencakup berbagai aspek terkait keragaman budaya lokal dan dominasi agama mayoritas. Kedua faktor ini dapat menjadi hambatan atau tantangan yang cukup besar dalam menyebarkan dakwah Islam di daerah terpencil.

1) Pengaruh tradisi dan adat istiadat.

   Setiap masyarakat mempunyai nilai, norma, dan tradisi yang dijalani oleh masyarakat setempat secara turun menurun. Budaya lokal inilah yang seringkali menghambat proses dakwah, apalagi jika ajaran agama Islam dianggap bertentangan dengan adat istiadat yang sudah ada sejak lama. Di masyarakat terpencil, adat istiadat seringkali tetap dipertahankan karena sudah lama dianggap sebagai bagian dari identitas mereka. Masyarakat yang latar belakang budaya kuat juga mempunyai pemahaman agama yang terbatas.

2) Dominasi agama mayoritas

   Dalam beberapa kasus, agama mayoritas memiliki pengaruh yang begitu kuat terhadap kehidupan masyarakat sehingga ajaran agama lain termasuk Islam dianggap sebagai ancaman. Hal ini dapat terjadi dalam bentuk diskriminasi sosial terhadap penganut agama minoritas, atau pembatasan kebebasan beragama yang mempersulit kegiatan dakwah. Di daerah yang didominasi oleh agama lain seperti daerah yang mayoritas penduduknya beragama Kristen atau Hindu, kelompok agama minoritas mungkin merasa didiskriminasi atau hak-haknya dibatasi, terutama jika mereka memiliki latar belakang agama yang berbeda di daerah tersebut. Selain itu media dan opini publik dapat mempengaruhi persepsi konflik dan ketegangan antar agama dalam masyarakat mengenai agama minoritas.

Tantangan sosial dakwah di daerah terpencil sangat besar dibandingkan dengan dominasi budaya lokal dan agama mayoritas. Budaya lokal yang kuat seringkali menjadi kendala dalam menerima ajaran Islam, sedangkan dominasi agama mayoritas dapat

meningkatkan ketegangan sosial dan menghambat dakwah. Oleh karena itu dakwah di daerah terpencil memerlukan pendekatan sensitif berbasis budaya yang memahami sepenuhnya keberagaman komunitas lokal. Pendekatan yang bijak dan logis antara agama dan budaya lokal menjadi kunci untuk memastikan dakwah Islam di terima bahkan di daerah terpencil yang sulit dijangkau.

C. Strategi Dakwah di Daerah Terpencil

Dakwah di daerah terpencil memerlukan pendekatan khusus mengingat tantangan terkait seperti terbatasnya akses, kurangnya infrastruktur dan beragamnya budaya masyarakat. Strategi dakwah di daerah terpencil memerlukan pendekatan yang fleksibel dan spesifik konteks yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat lokal. Pemahaman budaya, peningkatan literasi, penguatan perekonomian, dan penggunaan teknologi sederhana dapat menjadikan dakwah lebih efektif dan berkelanjutan. Berikut ini beberapa strategi dakwah di daerah terpencil:

1. Pendekatan Budaya yang Menghormati Tradisi Lokal

Pendekatan budaya dalam dakwah merupakan strategi mengajarkan nilai-nilai Islam dengan menghormati tradisi masyarakat. Pendekatan ini efektif karena masyarakat cenderung lebih mudah menerima pesan yang disampaikan sesuai dengan kebiasaannya.

1) Memahami tradisi lokal

   Para da'i perlu memahami tradisi lokal dan nilai-nilai masyarakat. Misalnya di Indonesia, tradisi seperti selamatan, wayang, dan nyadran digunakan sebagai media dakwah. Hal ini sesuai dengan konsep dakwah bil hikmah, atau ajaran Islam bijaksana.

2) Menggunakan seni dan simbol

   Media seni seperti tari, musik tradisional, batik dapat menjadi alat dakwah. Daerah tertentu seperti rebana dan wayang kulit sering digunakan untuk menyampaikan pesan moral dan agama.

3) Dialog antar budaya

Dakwah melalui dialog antar budaya dapat mempererat hubungan sosial dan mengurangi resistensi terhadap ajaran baru. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat memahami Islam sebagai agama yang inklusif dan toleran.

4) Penggunaan bahasa daerah

Bahasa daerah memegang peranan penting dalam pendekatan kebudayaan. Penggunaan bahasa lokal menjadi pesan dakwah yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan bahasa yang kurang dimengerti.

5) Islamisasi budaya

Pendekatan Islamisasi budaya bisa juga dilakukan dengan tujuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam tradisi lokal tanpa menghilangkan esensi budaya Islam. Contohnya adalah perubahan makna lagu daerah atau puisi daerah agar mengandung pesan Islam.

Dakwah melalui pendekatan budaya yang menghormati tradisi lokal merupakan strategi efektif untuk memperkenalkan Islam secara damai dan inklusif. Dengan memahami dan mengintegrasikan tradisi lokal, pesan dakwah dapat diterima dengan lebih baik dan tetap relevan dalam kehidupan masyarakat.

2. Pelatihan Da'I Lokal Sebagai Kader Dakwah yang Berkelanjutan

Pelatihan da'i lokal merupakan langkah strategis untuk menjamin keberlangsungan dakwah yang efektif dan berkelanjutan. Model pelatihan dakwah di dalam negeri dilakukan dengan cara sentralisasi dakwah. Sentralisasi dakwah merupakan suatu pendekatan atau konsep penyebaran dakwah dimana kegiatan dakwah dikendalikan atau dikoordinasikan oleh otoritas pusat (Munir, 2003). Pendekatan ini bertujuan untuk mengembangkan para eksekutif yang dapat berdakwah sambil memahami budaya, tradisi, dan kebutuhan komunitasnya. Mimbar lokal mempunyai peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai Islam pada masyarakatnya. Keunggulan da'i lokal adalah:

1) Pemahaman kontekstual

   Lebih mengetahui adat istiadat, budaya dan bahasa masyarakat setempat.

2) Aksesibilitas lebih tinggi

   Da'i lokal lebih mudah menjangkau dari luar daerah dibandingkan da'i dari luar daerah

3) Keberlanjutan dakwah

   Kader lokal menjamin keberlangsungan dakwah dalam jangka panjang

Da'i dilatih memahami iman, fiqih, tasawuf dan akhlak sesuai kebutuhan masyarakat. Dengan memberikan pelatihan berbagai metode dakwah seperti dakwah bil hikmah, dakwah bil lisan, dan dakwah bil hal, maka da'i akan memiliki pengetahuan tradisi lokal untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktik yang sesuai dengan syariah. Pelatihan retorika juga dapat meningkatkan keterampilan berbicara di depan umum, penggunaan bahasa daerah, dan penyampaian pesan yang efektif. Melalui pelatihan dan pembinaan yang intensif, mereka berkembang menjadi da'i yang memperhatikan kebutuhan dan karakteristik komunitasnya serta mampu menyampaikan ajaran agama (Abdullah, 2014). Lembaga pelatihan dakwah juga dapat menjadi tempat menyelenggarakan kuliah umum, seminar, dan kegiatan lain yang berkaitan dengan pelatihan da'I, penyusunan program dakwah, bahkan sosialisasi dakwah (Rahman, 2014). Da'i diajarkan untuk menggunakan media sosial, aplikasi dakwah dan teknologi sederhana lainnya untu memperluas jangkauan dakwah. Pelatihan meliputi perencanaan program dakwah, manajemen waktu, dan penyelenggaraan kegiatan keagamaan di masyarakat.

3. Pemanfaatan Teknologi (Radio Komunikasi) Untuk Menjangkau Audiens Luas

Perkembangan teknologi melahirkan fenomena menarik dalam kehidupan masyarakat dari maraknya budaya global dan gaya hidup yang serba instan. Perkembangan teknologi melalui media juga

mengakibatkan model dakwah semangkin berkembang pesat dan dinamis yang dapat berpengaruh pada akhlak masyarakat. Media berperan dalam sampainya pesan dakwah dan mempermudah penyampaian informasi. Adapun penggunaan media dalam Islam bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan-pesan agama supaya sampai kepada masyarakat luas lebih cepat secara bersamaan, melalui media komunikasi dibandingkan komunikasi yang tidak menggunakan media teknologi. Selain itu media juga bisa berperan dalam pembinaan umat, penyerapan ajaran Islam bisa dengan mudah diperoleh dan bisa merubah tingkah laku pemeluknya (Taufiq, 2013). Dengan memaksimalkan media komunikasi dalam berdakwah, maka pesannya akan lebih cepat diterima oleh banyak orang. Selain itu pesan dakwah yang hendak disampaikan akan lebih cepat diterima. Dakwah bermedia akan terlihat lebih menarik karena banyak orang cenderung menyukai perangkat teknologinya seperti halnya smartphone. Dengan mengoptimalkan penggunaannya akan memaksimalkan kegiatan dakwah, terlebih jika ditinjau dengan teori media impact, bahwa media dapat memberikan pengaruh kepada individu secara langsung ataupun tidak langsung. Pesan adalah seperangkat lambang bermakna yag disampaikan oleh komunikator (Effendy, 2003). Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan yang merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal dan mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud komunikator tadi (Mulyana, 2005). Pesan dalam komunikasi bermedia menjadi aktor penting untuk mencapai tujuan komunikasi. Pesan dakwah harus dikemas semenarik mungkin agar memiliki daya tarik sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'u.

Radio adalah sarana yang paling tepat digunakan pada daerah terpencil, karena radio merupakan sarana tercepat daripada koran dan televisi dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu yang banyak seperti siaran televisi atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, penyiar radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan. Suara penyiar radio hadir di rumah dan sangat dekat dengan pendengar. Pembicara langsung menyentuh

aspek pribadi. Panduan kata-kata, efek suara dan musik dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atau memperoleh kehangatan dari suara penyiar dan pendengar seringkali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau membeli alat televisi, pesawat radio relatif lebih murah. Pendengar tidak dipungut biaya sepeserpun untuk mendengarkan radio. Radio salah satu cara berdakwah yang bisa dilakukan para da'i yang berada di daerah terpencil. Adapun program siaran keagamaan melalui radio dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta dapat menembus ruang dan waktu tanpa batas. Ini perlu dikemas baik bagaimana suatu siaran keagamaan atau dakwah menjadi panutan dan diterima oleh masyarakat secara luas dan menyenangkan, memiliki daya tarik dan berhasil guna bagi seluruh audiens.

D. Studi Kasus Keberhasilan Dakwah di Wilayah Minoritas

Dakwah di wilayah minoritas merupakan tantangan yang sangat membutuhkan pendekatan strategis, fleksibel, dan berorientasi pada kemanusiaan. Keberhasilan dakwah di wilayah ini seringkali tidak hanya diukur dari jumlah mualaf, tetapi juga dari terciptanya harmonisasi sosial, penerimaan masyarakat setempat, serta kontribusi positif Islam dalam kehidupan mereka. Wilayah minoritas seringkali menghadapi tantangan dalam melakukan dakwah karena keterbatasan sumberdaya, budaya yang berbeda, dan kesadaran agama yang rendah. Namun beberapa organisasi dan individu berhasil mengembangkan dakwah yang efektif di wilayah tersebut.

1. Contoh Dakwah Efektif di Daerah Terpencil dan Komunitas Muslim Kecil

Desa terpencil, sebuah daerah terisolasi di salah satu desa pedalaman Sumatera Utara memiliki jumlah penduduk di kecamatan pintu pohan meranti yang menempati area dengan luas 15,65 km², dengan jumlah penduduk 1.841 Jiwa. Mayoritas penduduk Kecamatan Pintu Pohan Meranti berasal dari suku Toba. Yang mana Mayoritas penduduk Kecamatan Pintu Pohan Meranti memeluk agama Kristen. Kecamatan Pintu Pohan Meranti juga terdapat

penduduk yang meyakini ajaran aliran kepercayaan seperti Parmalim, penduduk yang beraliran kepercayaan Parmalim dominan terdapat di Desa Meranti Timur dan Meranti Utara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kabupaten Toba tahun 2020 mencatat penduduk kecamatan ini yang menganut agama Kekristenan sebanyak 75,83% (Protestan 70,27% dan Katolik 5,56%), kemudian yang memeluk agama Islam sebanyak 22,47%, Konghucu 0,03% dan kepercayaan Parmalim sebanyak 1,67%. Di Kecamatan Pintu Pohan Meranti terdapat 35 sarana ibadah yang terdiri dari 24 bangunan Gereja, 6 Masjid, dan 5 Langgar. Ceramah agama faktor pendukungnya bahwa setiap bulannya Departemen Agama mengirim dai-dai dan penceramah di desa Meranti Timur. Kerjasama antar umat Islam dan umat beragama lain memperkuat toleransi dan memudahkan penyampaian pesan dakwah, da'i memahami budaya batak Toba, sehingga dapat menyampaikan dakwah secara efektif. Semangat dan antusias masyarakat dalam kegiatan perwiritan yang mengajarkan rasa saling menyayangi terhadap sesama. Berdirinya sekolah TPA dengan pendidik yang profesional, serta ketersediaannya sarana dan prasarana penunjang pendidikan. Solidnya kerja sama antara pemuka agama dan masyarakat serta melibatkan dai dai dari luar desa sehingga menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi masyarakat (Sinaga, 2021).

Desa terpencil di Sumatera Utara selanjutnya ada di desa Suka Dame Kecamatan Tanah Pinem Kabupaten Dairi. Desa ini terdiri dari 4 dusun, yaitu dusun Sigedang, Pinem, Juma Batu dan Pamah. Desa Suka Dame terletak di lereng gunung bukit barisan dengan hawa yang sedang, Menurut data kependudukan, jumlah penduduk desa Suka Dame sebanyak 1484 jiwa. Secara agama dan keyakinan umumnya masyarakat menganut agama Kristen dengan rincian 926 jiwa (62 %) pemeluk agama Kristen (Protestan), 30,18 jiwa (menganut agama Katolik dan 110 jiwa (7,4 %) menganut agama Islam.13 Data ini memperlihatkan bahwa umat Islam menempati urutan paling kecil, yaitu 7,4 % dari total penduduk sehingga mereka dapat disebut sebagai kelompok minoritas. Salah satu keberhasilan dakwah yang ditempuh di daerah terpencil ini adalah penerapan

dakwah struktural, dengan adanya dakwah struktural maka pelaksanaan dakwah berjalan dengan lancar. Kemudian dakwah kultural dan dakwah profesi. Atas dasar ini semua Forum Dakwah Perbatasan (FDP) berhasil menyelesaikan proses pembangunan masjid dan menempatkan 1 orang da'i untuk membimbing dan memberdayakan masyarakat Muslim minoritas di desa Suka Dame ini khususnya dalam bidang keagamaan (Juhari, 2022).

Metode keberhasilan dakwah yang digunakan Ustadz Fadzlan Garamatan pada masyarakat Nuu Waar (Papua) adalah metode bi al-Hikmah melalui thaharah berupa praktek mandi dengan air dan sabun. Kedua, metode bi al-Mauidzah al-Hasanah menggunakan dakwah bi al-Lisan, bi al-„Amal dan bi-al_Qolam. Ketiga, metode bi al- Mujadalah bi-al-Lati Hiya Ahsan memberikan nasehat-nasehat dan membangun dialog dengan pemuka agama semata, pemuka adat, dan kepala suku serta pembinaan kepada masyarakat muallaf. Ustadz Fadzlan dalam melakukan dakwahnya kepada masyarakat Nuu Waar (Papua) dengan menyentuh serta memperbaiki budaya hidup masyarakat Papua dengan memperkenalkan pola hidup bersih, cara berpakaian dengan baik, banyak kemajuan yang telah dicapai ketika Islam menjadi pilihan hidup masyarakatnya. Sebelum masyarakat pedalaman Papua memeluk Islam, kebanyakan masyarakatnya tidak menggunakan pakaian, telanjang, atau menutup kemaluannya hanya dengan Koteka. Kemudian Islam mengajarkan kebersihan, keindahan. Setelah masyarakatnya diberi pemahaman bahwa Islam mengajarkan kepada umatnya untuk menutup aurat sesuai tuntunan syariah Islam (Muhamad Afdoli Ramadoni, 2022).

2. Evaluasi Solusi Keberlanjutan Untuk Pengembangan Dakwah di Wilayah Terpencil

Desa Meranti Kec. Pintu Pohan Kab. Toba Samosir memiliki potensi pengembangan dakwah yang besar. Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan sumberdaya, budaya lokal yang kuat dan kesadaran agama yang belum merata memerlukan evaluasi solusi keberlanjutan. Hasil evaluasi yang ditemukan adalah kegiatan dakwah telah meningkatkan kesadaran agama masyarakat, komunitas aktif

dalam kegiatan dakwah, keterbatasan dana, fasilitas, dan sumber daya manusia, budaya batak toba mempengaruhi kegiatan dakwah. Solusinya adalah pengembangan infrastruktur dengan membangun fasilitas ibadah, internet dan pendidikan agama, meningkatkan kemampuan da'i dan pemimpin agama, menggalang dukungan pemerintah, mengembangkan kegiatan sosial untuk memperkuat hubungan komunitas, dan meningkatkan toleransi dan kerja sama antar-agama. Begitupula evaluasi solusi keberlanjutan untuk pengembangan dakwah di Desa Suka Dame Kec. Tanah Pinem Kab. Dairi menunjukkan bahwa kerja sama antar-komunitas, pengembangan infrastruktur, dan pendidikan agama sangat penting. Implementasi strategi yang tepat akan meningkatkan kesadaran agama dan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan Ustadz Fadzlan Garamatan telah melakukan dakwah selama 5 tahun terakhir. Masyarakat Nuu Waar (Papua) memiliki budaya unik dan tantangan sosial-ekonomi. Hasill evaluasi dengan solusi keberlanjutan untuk pengembangan dakwah di wilayah ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kesadaran agama sebanyak 75% dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan dakwah 60%, keterbatasan akses pendidikan sehingga dibutuhkannya pengembangan infrastruktur dan pendidikan pelatihan para da'i dengan kegiatan sosial dan dialog antar agama dan budaya.

E. Referensi

Abdullah, M. (2014). *Da'i Pribumi: Membangun Karakter, Menyejukkan Umat.* Jakarta: Gema Insani Press.

Abidin, Y. Z. (2013). *Pengantar Retorika.* Bandung: Pustaka Setia.

Aziz, J. A. (1997). *Fiqih Dakwah, Terjemahan. Abdus Salam Masykur.* Solo: Intermedia.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* Bandung: Citra Aditya Bakti.

Juhari. (2022). Strategi Dakwah Pada Masyarakat Terpencil di Suka Dame Kecamatan Tanah Pinem Kab. Dairi Sumatera Utara. *Jurnal Agama dan Sosial Humaniora*, 123-134.

Muhamad Afdoli Ramadoni, E. A. (2022). Metode Dakwah Ustadz Fadzlan Garamatan pada Masyarakat NUU Waar. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume 7 Nomor* , 27-44.

Mulyana, D. (2005). *Ilmu KOmunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Munir, R. (2003). *Sentralisasi Dakwah Antara Idealisme dan Realitas*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar.

Nasir, S. (2018). *Dakwah di Pedalaman: Menuju Pencerahan dan Kemandirian*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara.

Pramono, S. P. (2006). *ETIKA: Membangun Masyarakat Islam Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rahman, A. (2014). *Pengembangan Pusat Dakwah ISlam: Kiat dan Strategi Praktis*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Sinaga, A. A. (2021). *Model Pendidikan Agama Islam Pada Masyarakat Muslim Minoritas Di Desa Meranti Timur Kec Pintu Pohan Kab. Toba Samosir*. Medan: Fakultas Agama Islam dan Humaniora Univ. Pembangunan Panca Budi.

Taufiq. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Konsep Dasar Analisis dan Metode Pengembangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yakub, A. (2017). *Dakwah Pedalaman: Perjalanan Menuju Masyarakat yang Berkemajuan*. Yogyakarta: Diva Press.

TENTANG PENULIS

Amar Halim, S.Pd.I.

Tempat Tanggal Lahir Embudee, 28 Mei 1978. Pendidikan : MIN Krueng Panjoe, 1990. MTs S Krueng Panjoe 1993. MAN Peusangan, Matanggelumpang Dua 1996. D.II PGMI Al Muslim Matanggelumpang dua 2004. S1. PAI Al Muslim Matnggelumpang Dua 2008. Alamat: Jalan Lapangan Kuta Meuse Desa Imbudee Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen, Aceh. Pekerjaan : Guru pada Kementerian Agama

Dr. Badrah Uyuni, M.A.

(Universitas Islam AS-Syafiiyah)

Badrah Uyuni, lahir di Jakarta, 6 September 1983. Saat ini adalah dosen beberapa mata kuliah terkait Ilmu Dakwah, dan Syariat Islam di Fakultas Agama Islam, Universitas Islam As-Syafiiyah. Pendidikan S1 nya ditempuh di IIUI Pakistan Fakultas Sharia and Law (2001-2005), dan S2 nya di UIN Syarif Hidayatullah program Interdisciplinary Islamic Studies (2005-2008), dan S3 Ilmu Dakwah di Fakultas Agama Islam Universitas Islam As-Syafiiyah (2019-2022). Selain mengajar dan mengabdi di UIA, Badrah juga mengajar di beberapa institusi seperti Mahad Aly Zawiyah Jakarta, LBIQ, dan beberapa Majelis Taklim di Jakarta. Aktif dan menjadi pengurus inti di beberapa organisasi Islam seperti PW RMI NU DKI, PW Muslimat NU DKI, HMT Jakarta Timur, MUI DKI Komisi Fatwa, dan Yayasan Pesantren Ramah Anak. Selain mengajar dan berorganisasi, kegiatan rutin yang dilakukannya adalah mengurus yayasan keluarga, menjadi editor Jurnal Al-Risalah dan beberapa jurnal lainnya dan telah menulis beberapa buku dan artikel baik skala nasional maupun internasional.

Dr. Imronudin, S.Pd., M.Pd.I

(Institut Ummul Quro Al-Islami, Bogor)

Penulis lahir di Tuban tanggal 10 Januari 1978. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Ummul Quro Al-Islami, Bogor. Menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi Pendidikan Matematika IKIP PGRI Tuban (sekarang UNIROW Tuban) selesai tahun 2005. S2 di Institut PTIQ Jakarta (Universitas PTIQ Jakarta) dengan mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam dan selesai tahun 2012. Dan S3 juga di tempat yang sama (Institut PTIQ Jakarta) dengan mengambil Prodi IAT konsentrasi PBA (Pendidikan Berbasis Al-Qur'an) selesai 2020. Beberapa tulisan yang sudah diterbitkan diberbagai jurnal diantaranya adalah: Pendidikan Inter-Religius Perspektif Al-Qur'an (2020); Karakteristik Pendidikan Inter-Religius Dalam Al-Qur'an (2021); Pendidikan Inter-Religius: Wacana Moderasi Beragama Di Ruang Publik (2022); Discourse from the Perspective of Mohammed Arkoun: An Examination of the Values of Interfaith Dialogue (2023); Inter-Religious Education In The Qur'an: The Values Analysis Of Inter-Religious Education In The Qur'an (2023); Strengthening the Values of Religious Moderation Through Al-Qur'an Textbooks at Madrasah Ibtidaiyyah (2024); Interreligious Dialogue To The Recognition Of Religions: An Analysis Of Habib Ja'far Al Hadar Interreligious Dialogue On Log-In Content (2024). Penulis bisa dihubungi melalui imronudin@iuqibogor.ac.id

Dr. Mashud, S.Sos.I, M.Si.

Penulis lahir di Lombok Tengah, 09 Juli 1974. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, di STAI Luqman Al-Hakim (STAIL) Surabaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada program studi Komunikasi Penyiaran Islam di almamater yang sama. S2 (Ilmu Komunikasi) di Universitas Dr. Soetomo Surabaya, dan S3 (Dirosah Islamiyah dan IAT) di UINSA Surabaya.

Berbagai pelatihan dan short course telah diikuti baik di dalam dan luar negeri. Short course yang berkesan adalah Refresher Dosen ke Mesir 2011 dan mengikuti SCCO (*Short Course Community Outreach*) di India 2016.

Beberapa karya buku, penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan baik dengan biaya sendiri maupun hibah dari pemerintah. Tiga buku terakhir yaitu Dinamika Kajian Ilmu Dakwah, Strategi Komunikasi Pengembangan Organisasi Pesantren Hidayatullah, dan buku terakhir tentang MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka), berupa buku antologi "Dosen Merdeka ; Peran, Tantangan, Strategi, Transformasi dan Inovasi Kebijakan MBKM". 2021.

Aktifitas saat ini mengajar, dakwah dan Ketua Senat di STAI Luqman Al-Hakim Surabaya dan di kampung mengabdi sebagai ketua RW di wilayah Kelurahan Rangkah Tambaksari Surabaya. Aktifitas lain sebagai Humas dan Hubungan Antar Lembaga di Yayasan Pesantren Hidayatullah Surabaya, pengurus di beberapa yayasan lain, pekerja sosial, sosio-preneur dan owner Kost Putri Berkah-Ibu Suabaya. Status

berkeluarga dengan tiga orang anak. Saat ini tinggal di Surabaya Jawa Timur. Untuk silaturrahim bisa hub. 081938057991 dan email hoed.09@gmail.com medsos di akun @fb.mashudsasaki. Rumah di Jalan Rangkah VI nomor 35 Tambaksari Surabaya.

M. Khuzaefi, S.Kom.I.

(KUA Kecamatan Selong Kementerian Agama Kab. Lombok Timur)

M.Khuzaefi, lahir tanggal 16 Mei 1986 di Sekarteja, Kel. Sekarteja Kec. Selong, Kab. Lombok Timur, NTB. Penulis memulai pendidikannya dari SD Negeri Sekarteja (tamat tahun 1999), MTs Negeri Selong (2002), Madrasah Aliyah Mu'allimin Pancor (2005), dan tahun 2005 juga melanjutkan ke Ma'had Darul Qur'an Wal Hadits (MDQH) Pancor (selesai tahun 2009). Pada tahun 2006 masuk kuliah dan merangkap pagi Ma'had, siang sampai malam kuliah di Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran slam (KPI) wisuda tahun 2010. Pernah belajar /studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan Program Studi Pendidikan Islam, Konsentrasi Bimbingan dan Konseling Islam (BKI) tahun 2014-2015. Pernah bekerja di Radio HAMZANWADI (RHN) (tahun 2009). Pernah mengajar di SDN 3 Suralaga (2013-2014). Dan mengajar di SMP Laboratorium HAMZANWADI (tahun 2010-2014). Penulis juga pernah mengajar di MTs NWDI Pancor (2017-2023). Pernah menjadi Kepala Sekolah di SMP Tahfiz Al Batthawi NW Kerongkong (2019-2024). Sekarang aktif sebagai Penyuluh Agama Islam di KUA Kecamatan Selong Kementerian Agama RI Kabupaten Lombok Timur dan aktif juga sebagai pengurus Ikatan Penyuluh Agama Republik Indonesia (IPARI) Kabupaten Lombok Timur masa bakti 2025-2030.

Nuriyah, S.Ag.

FKKDKN (Forum Komunikasi Korp Dakwah Kampus Nusantara)

Penulis lahir di Pemalang, 15 Juli 1994. Penulis adalah aktivis di FKKDKN (Forum Komunikasi Korp Dakwah Kampus Nusantara). Menyelesaikan kuliah S1 (2018) di Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir. Fakultas Ushuluddin IAIN PEKALONGAN. Skripsinya berjudul " Al-Qur'an Dalam Karya Sastra (Studi Analisis Pemaknaan Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Novel *Kyai Joksin Kyai Tanpa Pesantren* Karya Imam Sibawaih el-Hasany)". Pendidikan non formalnya pernah belajar di PPTQ Miftahul Falah Pemalang. Publikasi jurnal dengan judul *"Infiltrasi Dakwah Moderat Dalam Novel Kyai Joksin Kyai Tanpa Pesantren"*. Makalah dalam Jurnal Religia Vol. 21 No, 2 Oktober 2018. Tulisan lainnya pernah diterbitkan oleh Al-Mizan Press dalam Antologi Essai LPM AL-Mizan IAIN Pekalongan dengan judul "Potret Pemuda: Pemuda Pejuang Bangsa", cetakan pertama tahun 2017. Pembaca dapat menghubungi penulis melalui e-mail nuriyahzakaria29@gmail.com atau whatsapp 081584760334/082111579966)

N. Sholihat, S.H.I, M.A.

(Lembaga Dakwah dan Sosial Tombo Ati Yogyakarta)

Penulis lahir di Tasikmalaya tanggal 13 November 1979 . Lulus pendidikan S-1 IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2002 dan melanjutkan studi S-2 pada Program Magister Studi Islam pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.Aktif dalam kegiatan bimbingan dan penyuluhan di wilayah Kota Yogyakarta dan mengelola Lembaga Dakwah dan Sosial TOMBO ATI sejak tahun 2010.

Rama Wijaya Kesuma Wardani

Sekolah Tinggi Agama Islam Bumi Silampari (STAI-BS) Lubuklinggau

Penulis lahir di Lubuklinggau pada tahun 1990 dan saat ini tingggal di Kelurahan Tapak Lebar Kecamatan Lubuklinggau Barat II, Kota Lubuklinggau, Prov Sumatera Selatan. Penulis mulai menempuh pendidikan dasar di SDN. 45 Lubuklinggau : Tamat Tahun 2003, selanjutnya pendidikan menengah di Mts WI Kebarongan Banyumas: Tamat Tahun 2006, dan MA Assaalam Temanggung: Tamat Tahun 2009. Pendidikan tinggi S-1 ditempuh penulis di STAI BS Lubuklinggau: Fakultas Komunikasi KPI Tamat Tahun 2013, dan selanjutnya S-2 di UIN SGD Bandung: *Komunikasi dan Penyiaran Islam* Tamat Tahun 2017

Lukmanul Hakim, S.Ag., M.Pd.
Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

lahir di Embung Buak Braim pada 31 Desember 1974. Beliau merupakan seorang peneliti yang saat ini bekerja di Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dengan jabatan Peneliti Ahli Pertama. Lukmanul Hakim memiliki latar belakang pendidikan yang kuat, dengan gelar S-1 dalam Pendidikan Bahasa Arab dari STAIN Mataram yang diselesaikan pada tahun 1999, serta gelar S-2 dalam Pendidikan Bahasa Indonesia dari Universitas Mataram pada tahun 2016. Saat ini, beliau juga tengah menempuh pendidikan S-3 di Universitas Hasanuddin dengan fokus pada Linguistik.

Selain berkarir sebagai peneliti, Lukmanul Hakim juga pernah berkiprah sebagai guru dan kepala madrasah di MTs Darul Ulum Beraim serta menjabat sebagai Ketua Yayasan Al-Maarif Beraim. Dalam perjalanan kariernya, beliau aktif terlibat dalam berbagai kegiatan penelitian yang berkaitan dengan bahasa dan budaya lokal, terutama bahasa Sasak, serta topik-topik terkait toponim desa di Lombok Tengah.

Selain publikasi ilmiah, Lukmanul Hakim telah menyusun sejumlah buku dan kamus, antara lain *Kamus Sasak Indonesia* (2017), *Kamus Samawa Indonesia* (2017), *Kamus Mbojo Indonesia* (2017), serta buku-buku terbaru seperti *Al-Qur'an dan Dinamika Pendidikan Islam Kontemporer* (2024), *Dinamika Hukum Keluarga Islam Kontemporer di Indonesia* (2024) *Ekolinguistik: Memahami Interaksi Manusia, Bahasa, dan Ekologinya* (2024), dan *Guru Profesional: Konsep, Strategi, dan Tantangan dalam Menghadapi Era Modern* (2024).

Sebagai seorang peneliti yang aktif, beliau sering menghadiri konferensi internasional dan mempresentasikan berbagai makalah yang berhubungan dengan kajian linguistic, toponimi, dan budaya daerah.

Yeni Yasyah Sinaga, S.Sos.I, M.A.

(Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru)

Lahir di Ujung Padang Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara 05 Juli 1990. Pendidikan formal yang ditempuh mulai dari Sekolah Dasar di SD Inpres No 098024 Nagori Pulo Pitu Mariihat, kemudian melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah AFD III Tinjowan, dan melanjut ke Madrasah Aliyah Nurul Hikmah Tinjowan, Tahun 2011 menyelesaikan pendidikan S1 dengan gelar Sarjana Sosial Islam pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara (IAIN SU) yang sekarang berganti menjadi UIN Sumatera Utara, Tahun 2013 meraih gelar Master Of Arts pada Program Pascasarjana IAIN SU / UIN SU dengan Program Studi Komunikasi Islam. Menjadi dosen luar biasa di Universitas Dharmawangsa Medan dan Institut Agama Islam Daar Al Uluum (IAIDU) Asahan pada tahun 2013-2015, dosen luar biasa di UIN SUSKA Riau sejak 2017-2020. Tahun 2017 s/d sekarang dosen tetap pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru.

Tempat Berpadunya Ilmu & Agama

GOOD TO GREAT

Problematika Dakwah Islam di Indonesia

Buku ini ditulis oleh 11 praktisi pendidikan dan dakwah yang berpengalaman, yang masing-masing memiliki pandangan dan sudut pandang unik terkait berbagai tantangan dalam menjalankan dakwah di Indonesia. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim, Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam secara efektif. Dalam proses dakwah, sering kali ditemukan perbedaan dalam pendekatan, metodologi, serta respons masyarakat yang beragam. Oleh karena itu, buku ini hadir untuk memberikan wawasan tentang bagaimana menghadapi problematika tersebut dengan cara yang konstruktif dan penuh hikmah.

Setiap bab dalam buku ini menawarkan kajian yang mendalam tentang tantangan dakwah, mulai dari aspek sosial, budaya, hingga politik. Penulis mencoba menggali akar masalah serta memberikan solusi yang aplikatif berdasarkan pengalaman mereka di lapangan. Tantangan yang dihadapi para dai dan pendidik tidak hanya terkait dengan pemahaman agama, tetapi juga dengan bagaimana menyampaikan pesan dakwah dalam konteks Indonesia yang sangat majemuk. Buku ini juga mengajak pembaca untuk melihat dakwah sebagai sebuah upaya yang terus berkembang, seiring dengan perubahan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Penerbit CV. Al-Haramain Lombok
Anggota IKAPI (No. 012/NTB/2022)
Jl. Gunung Tambora, Mataram, NTB.
alharamainlombok.com | 085-338-949-261 (WA)